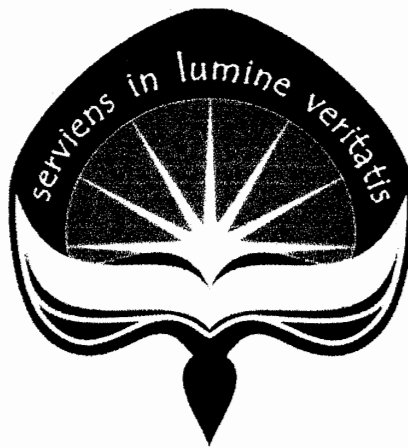


**LAPORAN**  
**KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN**  
**PARIWISATA KABUPATEN TORAJA UTARA**



**Oleh :**

**Viona Seti Mantong**

**130905019**

**Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA KABUPATEN TORAJA UTARA

KULIAH KERJA LAPANGAN

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Mata Kuliah Wajib Konsentrasi  
Hubungan Masyarakat Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

VIONA SETI MANTONG

No. Mhs :130905019

Disetujui oleh :



Sherly Hindra Negoro, S.I.Kom, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN

AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA DI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA KABUPATEN TORAJA UTARA

Disusun oleh:

Viona Seti Mantong

(130905019)

Diuji pada

Hari/tanggal : Kamis, 15 Desember 2016

Waktu : 09.00

Tempat : Ruang Dosen FISIP

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Tim Penguji

Dosen Penguji I



(Sherly H. Negoro, S.I.Kom, M.I.Kom)



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Dosen Penguji II



(Meylani Yo, Ph.D.)

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viona Seti Mantong

NIM : 130905019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

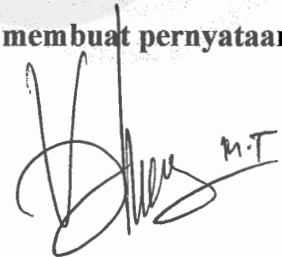
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

**Yogyakarta,**

**Yang membuat pernyataan**



**Viona Seti Mantong**

## **PERSEMBAHAN**

Laporan KKL ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya kasihi :

1. Yesus Kristus yang selalu ada untuk penulis dan menjadi motivator terbaik dalam hidup
2. Orang tua tercinta, Mama, dan Papa yang selalu memberi dukungan serta doa tulus bagi penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
3. Bagi Kakakku Vica Sakti Mantong, Cindy Mantong, Shinta Mantong dan Adikku Vani Mega, Joshua Mantong yang selalu mendukung dalam menyelesaikan laporan ini
4. Bagi Wajal, Gayyang, Sisterhood, dan BPH IKAPMAJAYA yang selalu setia memberi motivasi, dukungan serta bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan ini
5. Bagi diriku sendiri yang telah berjuang tanpa lelah dalam melaksanakan KKL hingga tersusunnya laporan ini hingga selesai.

## KATA PENGANTAR

*Syalom,*

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas cinta kasih, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses KKL dengan judul aktivitas *media relations* di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten toraja utara tahun 2016.

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini tentunya tidak dapat diselesaikan begitu saja tanpa adanya bantuan serta campur tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan serta memampukan penulis menyelesaikan Laporan KKL ini
- Ibu Sherly Hindra Negoro, S.I.Kom, M.I.Kom yang terhormat selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta pencerahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan KKL ini.
- Bagi orang tua tercinta, Mama tersayang dan Papa tercinta yang senantiasa memberi dukungan moril, doa, serta semangat yang tulus bagi penulis selama melaksanakan KKL dan pengerjaan laporan ini.
- Buat keluarga besar yang ada di Toraja yang tanpa henti memberikan dukungan bagi penulis
- Buat DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yang dengan senang hati menerima penulis pada saat melaksanakan KKL serta membagi ilmu pada saat penulis magang.

- Buat WAJAL, Aplicia Palimbong, Idel, dan Putri Danduru yang selalu memberikan motivasi, semangat, bantuan dalam menyelesaikan laporan ini
- Buat Gayyang, Rara Pongsisonda, Stefanie Gabriella, Peridotit Torry, Devina Hidayat yang selalu memberikan motivasi, semangat, bantuan dalam menyelesaikan laporan ini
- Buat Sisterhood, Arini Fadillah, Michelle Josephine, dan Yessica Connie yang selalu memberikan motivasi, semangat, bantuan dalam menyelesaikan laporan ini
- Buat BPH IKAPMAJAYA, Gerardo Egydius, Deviagita Pongsamma, Hedwig, Arthur Pareang dan Kevin Bimbin yang selalu memberikan motivasi, semangat, bantuan dalam menyelesaikan laporan ini
- Untuk semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun dukungan doa serta yang belum tercantum namanya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya. Setiap kebaikan mu akan dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Laporan KKL ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis masih mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca sehingga dapat dijadikan pembelajaran bagi penulis. Penulis juga berharap, semoga laporan ini dapat memberi manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Yogyakarta, November 2016

Viona Seti Mantong

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Persembahan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan .....	6
D. Manfaat .....	6
E. Kerangka Teori .....	6

### BAB II DESKRIPSI UMUM DISBUDPAR KABUPATEN TORAJA UTARA

A. Gambaran umum Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara.....	22
B. Deskripsi DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	28
C. Lokasi DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	30
D. Visi & Misi DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara .....	30
E. Struktur Organisasi.....	31
F. Peran dan Fungsi Struktur DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara...	33
G. Data Obyek Wisata Kabupaten Toraja Utara.....	35

### BAB III HASIL PELAKSANAAN & ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Aktivitas Kuliah Kerja Lapangan	
1. <i>Public Relations</i> menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara...	44



2. Aktivitas <i>Public Relations</i> DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	45
3. Publik menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	51
4. Media menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	52
5. Konsep <i>media relations</i> menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	53
6. Aktivitas <i>Media Relations</i> di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara.....	54
B.Keterlibatan Peserta di Lokasi KKL.....	60
1. Keterlibatan peserta dalam aktivitas <i>media relations</i> .....	60
2. Keterlibatan peserta dalam aktivitas lainnya.....	62
C.Analisis Pelaksanaan KKL.....	66
BAB IV PENUTUP	
Kesimpulan .....	80
Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan konsep, Pendekatan & Praktik.....	2
Gambar 2.1 Logo Kabupaten Toraja Utara.....	24
Gambar 2.2 Logo DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara.....	30
Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi.....	32
Gambar 2.4 Data Obyek Wisata Kabupaten Toraja Utara.....	35
Gambar 3.1 Konferensi Pers Toraja Marathon 2016.....	55
Gambar 3.2 Perjalanan Pers.....	56
Gambar 3.3 pamflet Toraja Marathon 2016.....	59
Gambar 3.4 Kegiatan Toraja Internasional Festival (TIF).....	63
Gambar 3.5 Kegiatan pameran SUL-SEL EXPO 2016.....	64
Gambar 3.6 Tarian pembukaan <i>event</i> Toraja Marathon 2016.....	64
Gambar 3.7 Pembuatan iklan.....	65
Gambar 3.8 Peragaan pakaian adat dalam pameran Sul-Sel EXPO 2016.....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan KKL
2. Lembar Kegiatan Harian Selama KKL
3. Lembar Penilaian KKL
4. Dokumentasi Kegiatan Bidang Pemasaran
5. Dokumentasi Pameran dan Event
6. Daftar Kontak Media
7. *Time schedule event* Toraja Marathon 2016
8. *Press Release* Toraja Marathon 2016

## BAB I

### PENDAHULUAN

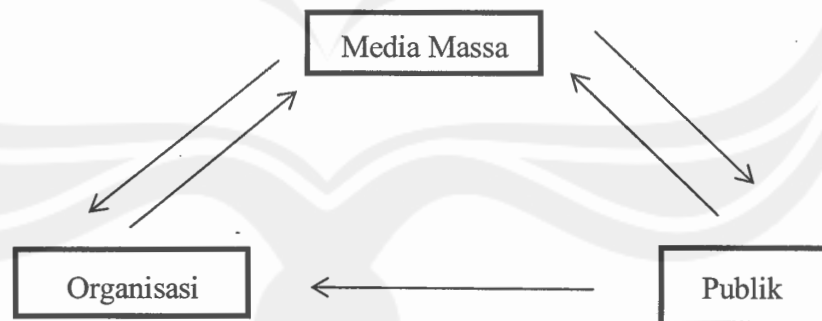
#### A. Latar Belakang

Saat sekarang ini pihak pemerintah maupun pihak diluar pemerintah atau swasta mulai banyak menggunakan *Public Relations* atau Humas. *Public relations* berperan sangat penting untuk membentuk citra baik dan positif organisasi yang dinaunginya di mata masyarakat. Organisasi pemerintah mulai menerapkan humas karena mengacu pada UU nomor 14 tahun 2008 tentang Kcterbukaan Informasi Publik (UU KIP). *Public relations* ditingkat pemerintah dibentuk sebagai penghubung masyarakat dengan pemerintah (<http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56154/node/28065>). Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, Pemerintah Daerah/Kabupaten, serta instansi atau organisasi lain pemerintahan mulai menambahkan humas kedalam struktur organisasinya masing-masing. Untuk mencapai tujuan *Public Relations* yang di antaranya citra positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi, maka banyak kegiatan *Public Relations* yang dilakukan melalui media. Dengan publik yang tersebar, bukan saja secara geografis tapi juga secara demografis, maka kegiatan komunikasi akan sulit dilakukan bila tidak memanfaatkan media massa.

Sebuah organisasi harus dengan jeli untuk memutuskan media massa apa yang akan digunakan. Pengaruh media massa yang akan digunakan oleh suatu organisasi

akan berdampak sangat penting terhadap efektifitas dari publikasi organisasi ke masyarakat luas. Apabila media massa yang dipilih tidak tepat maka *output* atau hasil yang didapat akan tidak sesuai harapan, maka dari itu media massa sangat erat kaitanya dengan organisasi. Dalam menjalankan kegiatan *media relations*, salah satu tugas yang harus dikerjakan adalah menjalin hubungan baik dengan wartawan. Wartawan merupakan bagian penting dari organisasi media. Tapi media sendiri, sebagai organisasi, merupakan satu entitas yang tak dapat diabaikan keberadaannya, yang harus diperhitungkan ketika organisasi menyusun atau merencanakan kegiatan *media relations* (Yosal, 2005, hal.3-5). Secara sederhana, bila digambarkan arus komunikasi dalam praktik *media relations* itu akan muncul seperti berikut:

Arus Komunikasi *Media Relations*



Gambar 1.1 Gambar Arus Komunikasi *Media Relations*

Yosal Iriantara, 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan & Praktik*.

Gambar tersebut menunjukkan, organisasi menyampaikan informasi, gagasan atau citra melalui media massa kepada publik. Sedangkan publik, bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi melalui media massa pada organisasi. Namun publik juga bisa menyampaikan secara langsung melalui saluran komunikasi yang tersedia antara publik dan organisasi.

Di era informasi saat ini, menjalin hubungan baik antara organisasi/instansi dengan media massa bukanlah hal yang mudah. Begitu banyak sumber berita bagi media massa dan peluangnya menjadi sangat kecil bagi masing-masing perusahaan atau organisasi untuk terpilih sebagai sumber berita. Disisi lain media massa masih menggunakan prinsip "*bad is news*" atau segala sesuatu yang negatif dan kontroversial memiliki nilai berita yang tinggi padahal bagi perusahaan yang menjadi obyek berita tersebut, akan memperoleh penilaian buruk dari masyarakat serta berdampak kelancaran aktivitas organisasi. Maka dari itu aktivitas hubungan media dalam sebuah organisasi sangat diperlukan untuk menstabilkan berbagai informasi yang disampaikan ke khalayak pasar (Wardhani, 2008: 1). Informasi yang disampaikan di media massa pada umumnya dinilai masyarakat memiliki kredibilitas yang tinggi, sehingga apa yang diungkapkan dianggap kebenaran yang ada di masyarakat. Informasi tersebut juga mampu mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap dan perilaku manusia.

Negara Indonesia memiliki banyak keunikan, mulai dari suku bangsa, etnis dan juga banyak tempat yang dijadikan obyek wisata, baik obyek wisata alam dan

buatan manusia. Banyaknya obyek wisata yang ada di Indonesia ini memancing para wisatawan untuk datang ke Indonesia. Ketertarikan para wisatawan ini dapat menambah pendapatan bagi pemerintah daerah setempat maupun pendapatan bagi negara. Oleh karenanya Pemerintah Republik Indonesia, dalam hal ini diwakili oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, kemudian memberikan perhatian khusus untuk pariwisata di setiap daerah di Indonesia (Wahab, 1992, h. 29).

Dibawah Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan memiliki anak cabang yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara adalah dinas yang menaungi obyek-obyek wisata serta budaya-budaya yang terdapat di kabupaten Toraja Utara. Adapun beberapa contoh tempat wisata di Kabupaten Toraja Utara adalah Rante Kalimbuang Bori', Pallawa, Londa, Ke'te' Kesu', Limbong, Lo'ko' Mata, Museum Landorundun, Pasar Hewan Bolu, To' Barana', dan lain-lain. Kemudian contoh upacara-upacara kebudayaan yang ada di Kabupaten Toraja Utara adalah Upacara Rambu Solo', Rambu Tuka', dan lain-lain. Maka dari itu, seluruh obyek wisata di Toraja Utara sangat perlu untuk dijaga setiap kelestarian ataupun eksistensinya dalam jangka panjang agar semakin dikenal dan di nikmati oleh wisatawan lokal maupun interlokal. ("Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara". [www.torajautaratourism.com](http://www.torajautaratourism.com)).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara adalah organisasi yang selalu membutuhkan publikasi ke media massa untuk memberikan serta membentuk

informasi, ajakan, mendidik, dan hiburan kepada masyarakat melalui program yang dibuat oleh dinas tersebut. Mengingat potensi yang begitu besar maka dapat dipastikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan publikasi ke media massa demi menarik para wisatawan baik lokal maupun interlokal untuk berkunjung ke Kabupaten Toraja Utara dan kemudian berekreasi ke tempat-tempat wisata serta acara kebudayaan lokal Kabupaten Toraja Utara. Hal tersebut jelas gencar dilakukan, karena kita tahu bahwa potensi-potensi wisata dan kebudayaan tersebut dapat menghasilkan rupiah yang menjanjikan dan merupakan sumber pendapatan utama Kabupaten Toraja Utara (<http://visittorajautara.info/wisata-toraja-utara/wisata-budaya/item/143-kesenian-traditional-toraja-utara>)

Berdasarkan karakteristik Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara yang identik dengan pembuatan program kegiatan festival, lomba, dan gelar seni budaya, penulis merasa aktivitas hubungan media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sangat menarik untuk dipelajari dan diteliti lebih lanjut. Tanpa memiliki hubungan media yang baik, seluruh program kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara akan mengalami kendala publikasi dan tentunya keseluruhan program yang ada tidak sesuai tujuan.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang ingin diteliti oleh peneliti adalah

Bagaimana aktivitas hubungan media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara?



### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui aktivitas hubungan media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara.

### **D. Manfaat KKL**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai aktivitas hubungan media dalam menjalankan sebuah organisasi, serta, memadukan pengetahuan teoritis dan ilmu yang didapatkan dalam perkuliahan dengan realitas di dunia kerja yang sesungguhnya dalam bidang hubungan media.

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil Kuliah Kerja Lapangan ini diharapkan bermanfaat dalam mengembangkan aktivitas hubungan media di setiap aktivitas *Public Relations* yang akan dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara berdasarkan pengalaman teoritis mengenai *Public Relations*.

### **E. Kerangka Teori**

#### **e.1. *Public Relations***

*Public Relations* memiliki banyak definisi, dan setiap organisasi juga memiliki definisi tersendiri tentang *Public Relations*. Menurut Cutlip, *Public Relations* merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan

hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya serta mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006, h. 5). Berdasarkan definisi tersebut maka posisi seorang PR berada dalam fungsi manajemen dan hal ini berarti manajemen di dalam organisasi harus berperan sebagai seorang PR. Dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan publiknya, PR harus melakukannya dengan tetap memperhatikan moral dan etika yang ada.

Definisi *Public Relations* juga dikemukakan oleh (Baskin, 1997, h. 5) dalam buku *Public Relations The Profession and The Practice*, yang menyatakan bahwa :

*"Public Relations is management function that helps achieve organizational objectives, define philosophy, and facilitate organizational change. Public Relations practioners communicate with all relevant internal and external publics to develop positive relationship and to create consistency between organzational goals and social expectation. Public relations practicioners develop. Excute, and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization's constituent parts and publics"* (Baskin, Otis, 1997, h.5).

Dari definisi di atas, dapat diketahui jika *Public Relations* merupakan salah satu fungsi dari manajemen yang membantu dalam membangun dan mempertahankan komunikasi yang baik. Diharapkan publik dapat menerima, memahami, dan bekerjasama dengan organisasi. Selain itu, adapun definisi *Public relations* yang dikemukakan oleh Glenn dan Denny Griswold ( 1948 : 4 ) dalam bukunya *Your Public Relations*, yang menyatakan bahwa bahwa *Public relations* merupakan:

*“Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or organizations with the public interest, and executes a program of action to earn public understanding and acceptance”.*

Menurut Glenn dan Denny Griswold (1948 : 4) dalam bukunya *Your Public Relations*, *Public relations* merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur (tata laksana) seseorang atau suatu organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik. Dalam definisi tersebut ditunjukkan betapa pentingnya kedudukan publik, kepentingan publik dan opini publik, serta pelaksanaan kerjanya diarahkan untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Tiga definisi yang telah disebutkan di atas, memiliki perbedaan dan persamaan dalam mendefinisikan *Public Relations*. Persamaan dari tiga definisi di atas adalah *Public Relations* merupakan salah satu bagian dari fungsi manajemen yang harus mengambil tindakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan publiknya. Hubungan yang baik antara organisasi dengan publik dapat terjadi jika ada komunikasi yang baik diantara keduanya.

## **e.2. Aktivitas *Public Relations***

Aktivitas *Public Relations* adalah suatu kegiatan atau cara menciptakan

hubungan yang harmonis antara pihak organisasi dengan khalayak atau sasaran, dengan tujuan mempengaruhi dan menciptakan komunikasi dua arah.

Menurut (Cutlip, 2006) aktivitas *Public Relations* terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Internal : kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi atau perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi organisasi dan sebagainya. Melalui kegiatan internal *Public Relations* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi atau perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam organisasi maka akan tercipta iklim kerja yang baik sehingga kegiatan operasional organisasi akan berjalan dengan lancar.

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan *Public Relations* yang dikemukakan oleh (Cutlip, 2006) dalam bukunya *effective public relations* :

1. Hubungan dengan karyawan (*Employee Relations*)

Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program *employee*

*relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan organisasi.

## 2. Hubungan dengan pemegang saham (*Investor Relations*)

Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan perusahaan secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap organisasi.

- b. Eksternal : Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak karena organisasi tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Organisasi harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya. Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan *external public relations* meliputi bagaimana mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan, memelihara hubungan baik dengan pers dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat.

Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relations*:

1. Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian organisasi terhadap lingkungan disekitar organisasi. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada komunitas. Dengan begitu menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility*.

2. Hubungan dengan pelanggan (*costumer relations*)

Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan organisasi itu sendiri. *Costumer relations* dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain *plan tour*, iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan *special events* (Seitel, 2001, h. 455).

3. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*)

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang

organisasi di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal dan kontak informal.

#### 4. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan organisasi dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum.

### e.3. Publik

Publik menjadi bagian yang penting bagi keberlangsungan suatu organisasi. Menurut John Dewey seorang filsuf, publik merupakan unit sosial aktif yang terdiri dari semua pihak yang terlibat yang mengenali problem bersama yang akan mereka cari solusinya secara bersama-sama (Cutlip, M. S. 2006, h. 242). Suatu publik, kemudian menjadi suatu kelompok yang saling bertukar informasi atas suatu masalah bersama atau tujuan dari sesuatu yang hendak dicapai (Baskin, Otis, 1997, h. 120).

Berdasarkan definisi dari John Dewey, James Gruig kemudian mengidentifikasi publik ke dalam tiga kategori dalam (John Dewey, 1945) dalam bukunya *The Public and Its Problems* yaitu :

1. *Latent Public*, publik yang berada dalam kondisi tidak sadar adanya masalah.

Publik ini disebut juga sebagai publik pasif

2. *Aware Public*, Publik yang mengetahui adanya masalah, sadar bahwa ada sesuatu yang berbeda dan kemudian menjadi peduli terhadap masalah tersebut.
3. *Active Public*, Publik yang aktif untuk melakukan sesuatu untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Seorang praktisi PR harus mampu membangun hubungan yang baik kepada semua publiknya. Semua kategori dari publik memiliki andil dalam menentukan keberhasilan dan kesuksesan suatu organisasi.

#### **e.4. Hubungan Media**

##### **4.1 Media**

Kata '*media*' berasal dari bahasa belanda yaitu *pers*, yang dalam bahasa inggris disebut dengan *press*. Secara harafiah pers berarti cetak dan maknawiah, pers berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak. Dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, pers merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi media massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Wardhani, 2008, h. 21).



Media dengan jangkauan yang dimilikinya dapat menyebarluaskan suatu berita atau informasi. Kecanggihan teknologi saat ini, membuat media dapat menerobos ruang dan waktu dalam penyebarannya (Nurudin, 2008, h. 51). Media tidak hanya meliputi media tradisional seperti koran, tabloid, majalah, radio, namun sudah masuk ke media baru yang menggunakan akses internet, seperti *website*, blog dan sebagainya (Baskin, 1997, h. 197-198).

Dalam hal berkomunikasi dengan publik, maka organisasi memerlukan bantuan dari media. Media menjadi alat yang dapat dikontrol dan tidak terkontrol oleh organisasi dalam pemberitaan yang dilakukan oleh media. Media yang terkontrol, biasanya isi dari berita yang akan dimuat oleh media ditentukan atau paling tidak ada campur tangan dari organisasi dalam pembuatannya. Bahkan organisasi juga dapat turut serta dalam menentukan bagaimana cara pembuatannya, kapan harus dimuat dan sampai kepada siapa berita tersebut akan disampaikan. Kekuatan media ada pada tugas mereka yang menjadi penyalur berita, informasi kepada masyarakat. Dari berita yang disampaikan oleh media akan mempengaruhi benak dan persepsi masyarakat. Masyarakat sendiri cenderung lebih percaya pada berita yang disampaikan oleh media. Adapun fungsi media massa secara universal, yaitu :

1. Fungsi menyiarkan informasi (*to inform*) : penyampai informasi yang berkaitan dengan peristiwa, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain atau *special event*. Pesan informatif adalah pesan yang bersifat baru (aktual) berupa data, gambar, fakta,

opini, dan komentar yang memberikan pemahaman baru atau penambah wawasan terhadap sesuatu.

2. Fungsi mendidik (*to educate*) : berfungsi mendidik dengan menyampaikan pengetahuan berbentuk tajuk, artikel, laporan khusus, dan cerita yang memiliki misi pendidikan. Berfungsi mendidik apabila pesannya dapat menambah pengembangan intelektual, pembentukan watak, penambah ketrampilan, serta mampu memecahkan masalah yang di hadapi masyarakat.
3. Fungsi menghibur (*to entertain*) : memberikan pesan yang bisa menghilangkan ketegangan pikiran masyarakat dalam bentuk berita, cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, dan lain sebagainya.
4. Fungsi mempengaruhi (*to influence*) : fungsi mempengaruhi, pendapat, pikiran, dan bahkan perilaku masyarakat inilah yang merupakan hal paling penting dalam kehidupan masyarakat. Karena itulah, media yang memiliki kemandirian (*independent*) akan mampu bersuara atau berpendapat, dan bebas melakukan pengawasan sosial (*social control*) (Wardhani. 2008, h. 24).

#### **4.2 Hubungan Media**

Pengertian dari hubungan media atau *media relations* akan berbeda di setiap organisasi dan berbeda dalam pandangan para ahli. Menurut Sam Black dan Melvin L. Sharpe dalam Wardhani, 2008, h. 9) : “Hubungan media adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio, dan televisi secara dua arah. Sehingga dari

definisi ini dapat disimpulkan jika hubungan antara organisasi dengan media adalah hubungan timbal balik, bukan hubungan yang satu arah saja”.

Menurut (Frank Jefkins dalam Wardhani, 2008, h. 28) : “Hubungan media merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.”

Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan jika hubungan media adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh organisasi kepada media dengan tujuan terciptanya hubungan yang baik dan saling menguntungkan bagi organisasi maupun media. Hubungan media tidak hanya terkait kepentingan satu pihak saja yaitu organisasi, tetapi sama-sama berkaitan dengan kepentingan organisasi dan media. Hubungan media yang efektif adalah hubungan yang dapat memberikan keuntungan bagi organisasi maupun bagi media. Di satu sisi, organisasi membutuhkan media untuk publisitas organisasi. Di sisi lain media juga membutuhkan berita menarik untuk dapat diberitakan kepada masyarakat. Sehingga diantara organisasi dan media terjalin hubungan yang saling membutuhkan dan sama-sama dapat memperoleh keuntungan.

Pada umumnya organisasi yang menjalin hubungan dengan media adalah organisasi yang memiliki publik eksternal yang cukup luas. Memiliki publik yang

cukup luas, maka organisasi membutuhkan dukungan dari media massa untuk pencapaian tujuan organisasi. Tujuan dari hubungan media adalah :

1. Memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai kegiatan serta langkah organisasi yang baik untuk diketahui masyarakat.
2. Memperoleh tempat dan pemberitaan media (liputan, laporan, ulasan) yang wajar, obyektif, dan seimbang mengenai hal-hal yang menguntungkan organisasi.
3. Memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai upaya dan kegiatan dari organisasi.
4. Melengkapi data/informasi bagi pimpinan organisasi bagi keperluan pembuatan penilaian secara tepat mengenai situasi atau permasalahan yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan organisasi.
5. Mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang dilandasi oleh rasa saling percaya dan menghormati. (Rachmadi dalam Wardhani, 2008, h. 13)

Tujuan melakukan hubungan media, jika dapat terpenuhi oleh organisasi, maka organisasi akan mendapat manfaat yang positif bagi organisasi maupun bagi media. Melalui hubungan media yang dilakukan oleh organisasi, diharapkan diantara keduanya dapat saling memahami situasi dan kondisi kerja masing-masing. Dapat membangun rasa kepercayaan dengan sama-sama menjaga profesionalitas serta dapat memahami cara kerja masing-masing. Selain itu, organisasi dan media dapat saling

mendiskusikan hal-hal terbaik untuk kerjasama sehingga akan sama-sama mendapat keuntungan.

#### 4.3. Aktivitas Hubungan Media

Dalam membangun suatu hubungan, maka ada langkah-langkah yang dilakukan agar tercipta hubungan yang baik. Begitu pula yang dilakukan oleh organisasi kepada media. Melihat peran penting media dalam penyampaian berita dan dapat mempengaruhi opini masyarakat, maka organisasi melakukan berbagai aktivitas yang dapat membangun hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan pihak media. Beberapa bentuk aktivitas hubungan media dapat dilakukan adalah:

1. Pengiriman siaran pers

Mengirim berita atau *release* kepada media merupakan salah satu bentuk aktivitas untuk membangun hubungan dengan media. Berita yang dikirim ke media haruslah berita yang jujur, dan memiliki nilai berita.

2. Menyelenggarakan *media gathering*

Mengundang media untuk menghadiri *press conference* juga salah satu aktivitas yang dapat dilakukan. Dari kegiatan ini, media mendapat bahan untuk berita yang kemudian dapat dimuat ke media.

3. Menyelenggarakan perjalanan pers

Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh organisasi yang mengunjungi suatu daerah untuk suatu acara. Pada kegiatan tersebut organisasi mengajak wartawan

untuk ikut agar dapat ikut menikmati objek wisata yang ada di daerah tersebut. Wartawan yang diajak tentunya bukan dipilih sembarangan, tetapi memilih wartawan yang memang memiliki rubric atau fokus yang sama dengan kegiatan yang akan dilakukan.

#### 4. Menyelenggarakan *special event*

Special event dapat menjadi salah satu cara dimana PR dapat mengundang para awak media. Pada *special event*, media dapat meliput acara yang sedang berlangsung, maka dari itu *special event* yang dilakukan harus dikemas dengan menarik dan memiliki nilai berita.

#### 5. Menyelenggarakan wawancara khusus

Wawancara khusus, merupakan acara yang tidak harus selalu dilakukan. Wawancara khusus dapat dilakukan ketika organisasi pindah tempat, mengganti logo organisasi, dan saat organisasi berulang tahun.

#### 6. Menjadi narasumber media

Menjadi narasumber bagi media merupakan wujud kepedulian organisasi ke media, karena organisasi telah ambil bagian dalam membantu media dalam mendapatkan informasi (Wardhani, 2008, h. 14).

Seorang praktisi PR dalam organisasi harus paham dengan prinsip utama dalam membangun hubungan dengan media. Dalam *Media Relations* Sarana Membangun

Reputasi Organisasi (Wardhani, 2008, h. 16-17), disebutkan ada lima prinsip utama yang harus dijalankan oleh PR, yaitu

1. Kejujuran dan kredibilitas, dalam memberikan informasi kepada media, seorang PR harus memberikan informasi yang jujur dan berimbang. Hal ini dapat membangun kepercayaan media kepada organisasi.
2. Memberi pelayanan informasi dengan cepat, pasti, data yang lengkap, dan tanpa ada batasan waktu kepada media.
3. Tidak melakukan tekanan kepada pihak agar pihak media mau memuat tulisan mengenai organisasi.
4. Tidak menyembunyikan atau mencoba menghilangkan suatu cerita yang mungkin merugikan perusahaan. hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap kebebasan media dan dianggap suatu kejahatan.
5. Tidak membanjiri media dengan informasi yang berlebihan dalam memberikan informasi kepada media, seorang PR tidak boleh memberikan informasi yang berlebihan atau bahkan sampai memberi informasi yang sebenarnya tidak ada atau belum pasti.

Adanya aktivitas yang harmonis dengan media merupakan bagian dari fungsi humas, khususnya sebagai alat pendukung atau media kerjasama untuk kepentingan publikasi mengenai kegiatan atau program kerja humas. Aktivitas ini dilakukan demi kelancaran komunikasi humas dengan publik sebagai sasarannya.

Hubungan dengan media ini mengambil tempat yang penting dalam kinerja harian praktisi humas. Dalam kegiatan hubungan media, *public relations* dituntut untuk melakukan kerjasama dengan media, baik secara fungsional maupun individual dalam berbagai cara. Menurut Wardhani (2008, h. 14) dalam bukunya *media relations*, dalam upaya membina hubungan media, *public relations* melakukan berbagai kegiatan yang bersentuhan dengan media, seperti pengiriman pers, menyelenggarakan konferensi pers, menyelenggarakan *media gathering*, menyelenggarakan perjalanan pers, menyelenggarakan *special event*, menyelenggarakan wawancara khusus dan menjadi narasumber media.



## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN**

#### **A. Gambaran Umum Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara**

Kabupaten Toraja Utara merupakan kabupaten baru yang dibentuk sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Tana Toraja berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008. Pada tanggal 26 November 2008 secara de facto Kabupaten Toraja Utara diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri atas nama Presiden. Visi Toraja Utara dirumuskan setelah menghayati makna dari Pembukaan UUD 1945, Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Nasional dan Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Provinsi Sulawesi Selatan 2005-2025 serta aspirasi masyarakat. Berdasarkan pertimbangan atas faktor-faktor diatas maka diperoleh rumusan Visi Toraja Utara dalam waktu 20 tahun mendatang sebagai berikut yaitu :

“Toraja Utara, daerah wisata budaya kaya pesona dengan ragam kreativitas dan kasih yang menyejahterakan”

Dalam mewujudkan Visi Pembangunan Kabupaten Toraja Utara tersebut dirumuskan misi sebagai berikut :

" Menciptakan berbagai kemudahan yang memungkinkan warganya memiliki tingkat kreativitas yang dapat menampilkan hasil-hasil yang gemilang "

Pokok-Pokok yang menjadi muatan misi tersebut adalah:

1. Memampu-dayakan (*empowering*) para pelaku pembangunan dalam berbagai bidang melalui pendirian Pusat Pelatihan dan Ketrampilan dan memperkuat lembaga-lembaga pendidikan sehingga mampu menghasilkan lulusan yang memiliki etos kerja dan berdaya saing tinggi.
2. Memperkuat infrastruktur pemerintahan, menggalakkan implementasi *e-administration* serta memasyarakatkan prinsip-prinsip utama dari *Good Governance*.
3. Membenahi objek-objek wisata multi dimensi, membangun pusat pengembangan budaya, dan merevitalisasi nilai-nilai adat dan budaya
4. Meningkatkan produktivitas wilayah melalui pembangunan sentra-sentra produksi dan pengolahan hasil-hasil peternakan, pertanian, perkebunan rakyat, dan perikanan
5. Membangun dan membenahi berbagai macam dan rute jaringan transportasi untuk kemudahan akses internal dan akses dari dan ke Toraja Utara.
6. Menciptakan jaringan komunikasi menyeluruh dalam rangka pelayanan terbaik bagi masyarakat.
7. Meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan warga masyarakat yang didukung oleh pembangunan lingkungan hidup yang asri, sehat, nyaman dan aman; melindungi masyarakat dari berbagai jenis penyakit dan kejahatan hingga pada tingkat terendah.

8. Menyusun berbagai aturan perundang-undangan daerah dalam berbagai sektor pembangunan dan pemerintahan.

### 1. Lambang dan Identitas



*Sumber : Profile pemerintahan Kabupaten Toraja Utara*

Gambar 2.1 Dinas Kabupaten Toraja Utara

Arti lambang daerah kabupaten Toraja Utara berdasarkan peraturan daerah kabupaten Toraja Utara nomor 12 tahun 2010.

### 2. Bentuk, dan arti warna logo

2.1. Logo Daerah berbentuk perisai, pada sisi atas dilengkapi dengan pita bertuliskan TORAJA UTARA, dibagian bawah pita bertuliskan MISA' KADA DIPOTUO, PANTAN KADA DIPOMATE (BERSATU KITA TEGUH, BERCERAI KITA RUNTUH) adalah semboyan abadi masyarakat Toraja yang diwariskan oleh para

leluhur untuk mempertahankan persatuan dan kesatuan hidup bersama sepanjang masa.

1. Perisai adalah simbol yang memaknai :

a) Semangat perjuangan dan kepahlawanan serta semangat Bela Negara yang dimiliki putra-putri Toraja Utara dalam upaya membela Negara dan mempertahankan Tanah Air dari segala ancaman, baik dari luar maupun dari dalam. Dari tengah-tengah masyarakat Toraja Utara lahir dan tampil Pahlawan Nasional Pongtiku, membela negeri, menghadapi penjajah Belanda. Fakta sejarah ini harus tetap dikenang dan menjadi sumber inspirasi dan sumber motivasi bagi masyarakat Toraja Utara;

b) Semangat dan keberanian dari setiap warga Toraja Utara untuk mengorbankan kepentingan pribadi bagi kepentingan umum, serta menghindari hal-hal yang akan merugikan Negara dan Tanah Leluhur.

2. Tulisan Toraja Utara adalah Kabupaten yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008.

3. Tulisan Misa' Kada Dipotuo, Pantan Kada Dipomate (Bersatu Kita Teguh, Bercerai Kita Runtuh) adalah semboyan abadi masyarakat toraja yang diwariskan oleh para leluhur untuk mempertahankan persatuan dan kesatuan hidup bersama sepanjang masa.

4. Latar Belakang Merah Putih adalah simbol bahwa Toraja Utara adalah wilayah yang tidak terpisahkan (Bahagian Asasi) dari Negara Kesatuan Republik Indonesia, sehingga Kabupaten Toraja Utara tetap menjunjung tinggi Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 serta Asas Bhineka Tunggal Ika.

5. Lambang/Logo Kabupaten Toraja Utara terdiri dari warna merah, warna putih, warna kuning mengandung makna kebahagiaan, kesyukuran, kemuliaan dan keagungan, warna hitam mengandung makna kekuatan, iman, kerja keras dan kedukaan, dan warna hijau mengandung makna keindahan, kenyamanan, kedamaian, kesuburan, kesejukan serta harapan yang akan dicapai (untingayo pare bulung).

2.2. Di dalam perisai dibawah pita, terdapat antara lain :

1. Latar belakang merah yang mengandung makna keberanian, semangat kepahlawanan, semangat yang tinggi dan kebenaran dan putih yang mengandung makna kesucian, kebersihan, nurani yang bersih, keikhlasan dan perdamaian/kedamaian;

2. Rumah Tongkonan (Tongkonan Layuk) melambangkan :

a. Persatuan kekeluargaan atau kekerabatan dan sekaligus Lambang Persatuan Wilayah;

b. Pusat Pranata Aluk dan Ritus-ritus (Dipo aluk alukna);

- c. Pusat Pranata Hukum dan aturan-aturan (Dipo ada' ada'na);
  - d. Pusat Pranata Kepemimpinan dan mekanisme kepemimpinan;
  - e. Pusat Pranata Sosial dan Ekonomi (tallu lolona);
  - f. Pusat Pranata Wilayah;
  - g. Kesejahteraan di bidang papan yang dicita-citakan oleh Masyarakat Toraja Utara.
3. Padi kapas, padi sebelah kanan kapas sebelah kiri;
- a. Kemakmuran dan kesejahteraan Lahir dan Bathin;
  - b. Simbol Keadilan dan Pemerataan sesuai Sila ke lima Pancasila yaitu Keadilan Sosial bagi seluruh Rakyat Indonesia;
  - c. Padi yang diikat melambangkan masyarakat Toraja Utara yang terdiri dari berbagai agama, wilayah adat, suku, ras dan lain-lain telah terikat menjadi To Sangkutu' Banne To Sangboke Amboran Umpentionganni Kada Misa'.
4. Ukiran adalah simbol Kabupaten Toraja Utara kaya akan karya seni yang merupakan salah satu penunjang kepariwisataan yang dapat mengangkat Kabupaten Toraja Utara ke dunia internasional.

5. Pa'barre Allo melambangkan pengakuan bahwa sumber kehidupan berasal dari Puang Matua (bermakna Kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa).

6. Pa'karidi' melambangkan Budaya sebagai ikatan atau pemersatu masyarakat Toraja Utara.

7. Lingkaran Warna Kuning melambangkan Toraja Utara sebagai Lepongan Tondok dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Tondok Lepongan Bulan Tana Matari' Allo yang mengabadikan prinsip kebulatan hidup bersama yang kokoh dan damai.

8. Pegunungan melambangkan :

a) Kabupaten Toraja Utara berada di wilayah pegunungan, pada posisi kawasan hulu sungai sehingga berfungsi sebagai menara air di Sulawesi Selatan;

b) Keindahan alam yang penuh kesejukan sehingga merupakan daya tarik bagi Wisatawan. (Profil. (n. d). "*Profil Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara*".

[www.torajautarakab.go.id](http://www.torajautarakab.go.id))

## **B. Deskripsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kabupaten Toraja Utara**

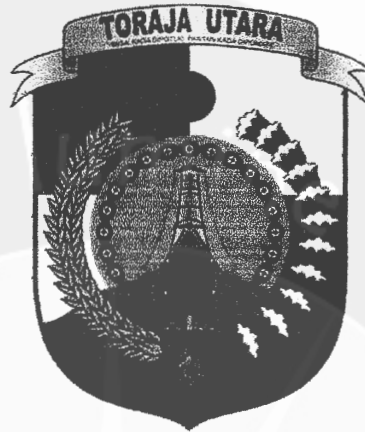
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang kebudayaan dan pariwisata. Peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

menjadi semakin penting bagi sektor pariwisata yang secara langsung mendukung perkembangan perekonomian daerah bahkan Indonesia.

Berdasarkan amanat Peraturan Pemerintah Nomor 49 tahun 2009 tentang Pembentukan organisasi Kerja Dinas daerah Kabupaten Toraja Utara, yang kemudian dijabarkan lebih lanjut dengan Peraturan Daerah Kabupaten Toraja Utara Tahun 2011, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai SKPD yang bertanggungjawab merumuskan kebijakan teknis, pemberian izin dan pelaksanaan pelayanan umum, pembinaan teknis, pembinaan terhadap unit pelaksana Teknis Dinas di Bidang kebudayaan dan pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara adalah Dinas yang baru terbentuk ketika Kabupaten Toraja terbagi menjadi 2 bagian yaitu Kabupaten Toraja dan Kabupaten Toraja Utara. Struktur organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, namun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara tidak memiliki wakil Kepala Dinas, sehingga ketika Kepala Dinas berhalangan maka yang mewakili dalam hal administratif dan hal lainnya adalah sekretaris dinas. (Profil. (n. d). *"Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara"*. [www.torajautaratourism.com](http://www.torajautaratourism.com))



## **1. Profil**



**Gambar 2.2 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

### **C. Lokasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara berlokasi di Jl. Ahmad Yani no. 62 A Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, Provinsi Sulawesi Selatan, nomor telepon (0423) 21277/25455, fax (0423) 25455, kode pos 91831.

### **D. Visi dan Misi Kepariwisataaan Kabupaten Toraja Utara**

#### **VISI**

Terwujudnya daerah wisata budaya dengan kreatifitas pengelolaan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

#### **MISI**

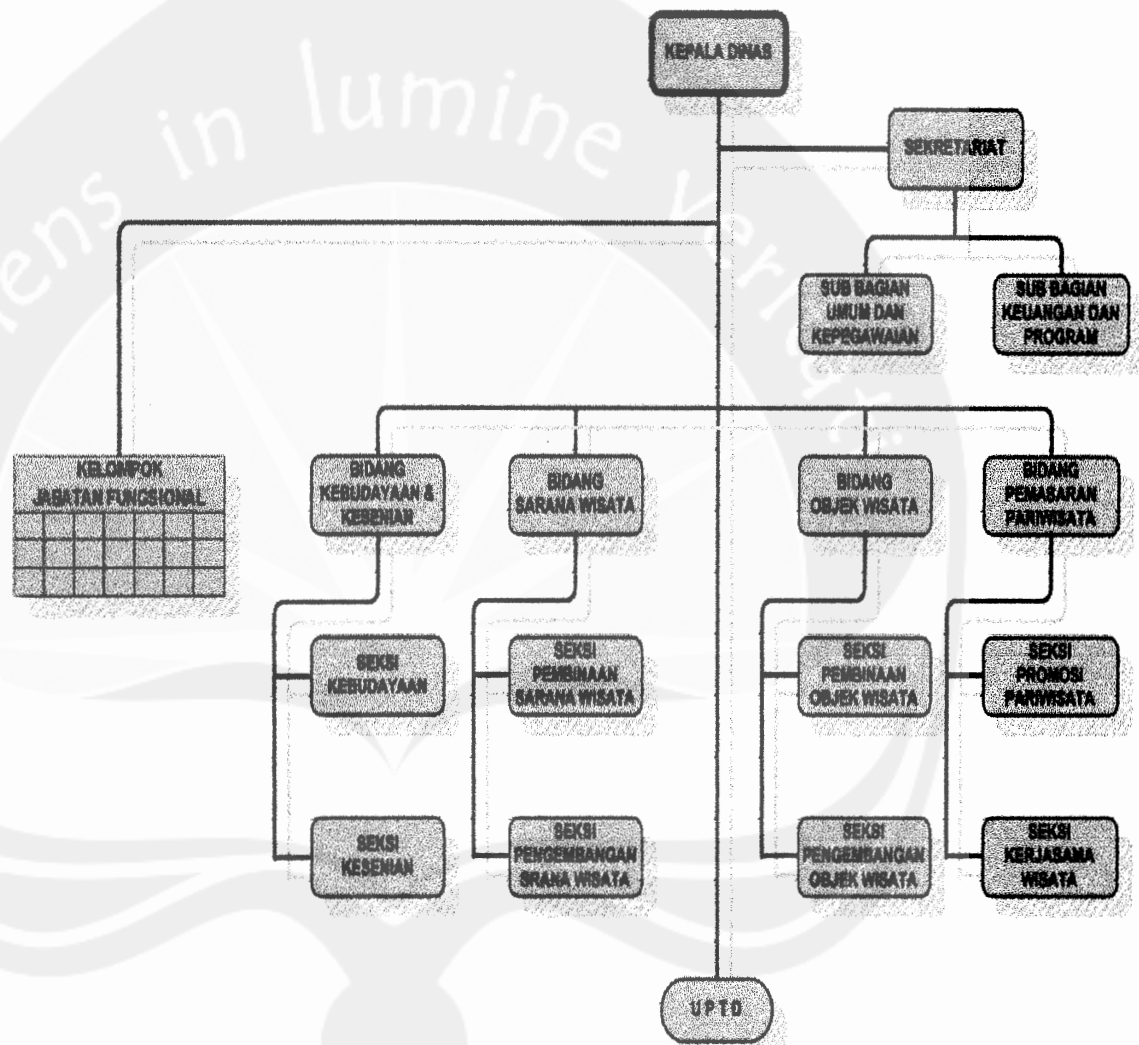
- a. Meningkatkan pelestarian dan pengembangan kebudayaan yang berlandaskan nilai luhur.

- b. Mendukung pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing global.
- c. Meningkatkan pengembangan sumber daya kebudayaan dan pariwisata.
- d. Menciptakan ketatalaksanaan yang bersih dan akuntabel serta layanan publik yang ramah.
- e. Meningkatkan pembinaan dan kerjasama pengembangan seni budaya dan kerajinan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

#### **E. Struktur Organisasi**

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 49 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi Kerja Dinas Daerah Kabupaten Toraja Utara, struktur organisasi, Peraturan Bupati Nomor 82 tahun 2010. (Profil. (n. d). *"Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara"*. [www.torajautaratourism.com](http://www.torajautaratourism.com))

**BAGAN STRUKTUR ORGANISASI  
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA  
KABUPATEN TORAJA UTARA**



**Gambar 2.3** Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara

## **F. Peran dan Fungsi Struktur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara**

### **1. Kepala Dinas**

- a. Memimpin penyelenggaraan pemerintahan daerah di bidang budaya dan pariwisata.
- b. Berkoordinasi bersama dengan jajaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara dalam perumusan kebijakan teknis mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian.
- c. Serta pemberian bimbingan dan pembinaan pegawai serta pengawasan pelaksanaan.

### **2. Sekretariat**

- a. Mengelola urusan administrasi ketatausahaan bagian umum
- b. Mengelola urusan administrasi ketatausahaan bagian kepegawaian
- c. Mengelola urusan administrasi ketatausahaan bagian keuangan
- d. Mengelola urusan administrasi ketatausahaan bagian perencanaan.
- e. Mengelola urusan administrasi ketatausahaan bagian evaluasi dan pelaporan.
- f. Melaporkan hasil pelaksanaan tugas dan kegiatan kepada atasan.

### **3. Bidang Kebudayaan dan Kesenian**

- a. Memiliki kewenangan dalam bidang kebudayaan dalam hal pengelolaan, administrasi dan pembinaan bahasa, seni, budaya, sejarah dan kepurbakalaan.

#### 4. Bidang Pemasaran

- a. Mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan penyajian data pemasaran wisata melalui media cetak dan elektronik.
- b. Melaksanakan penyuluhan dan informasi kepariwisataan kepada masyarakat baik wisata daerah maupun wisata nusantara.
- c. Melakukan promosi wisata
- d. Menyiapkan kerja sama antar daerah, nasional dan internasional di bidang kepariwisataan.
- e. Melaksanakan pementasan, evaluasi dan laporan pelaksanaan kegiatan pemasaran.

#### 5. Bidang Pengelolaan Sumber Daya dan Peran Serta Masyarakat

- a. Menyusun rencana kegiatan dan program
- b. Melaksanakan penyuluhan dan pembentukan kelompok sadar wisata
- c. Menganalisi data dan potensi dalam rangka meningkatkan dan memanfaatkan sumber daya wisata.
- d. Melaksanakan pembinaan event dan daya tarik wisata.
- e. Melaksanakan pembinaan dalam rangka pembinaan peran serta masyarakat.

#### 6. Bidang UJP dan ODTW

- a. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan pembinaan, pengembangan penyediaan fasilitas pelayanan di bidang pariwisata.

- b. Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program pelaksanaan standarisasi dan norma sara kepariwisataan.
- c. Menyiapkan bahan bimbingan dan mengendalikan pengawasan terhadap perkembangan kepariwisataan.
- d. Menyiapkan bahan bimbingan dan mengendalikan teknis usaha penyediaan fasilitas pelayanan usaha kepariwisataan.
- e. Menyiapkan bahan pelaksanaan dan mengelola administrasi perizinan kepariwisataan.

#### **G. Data Obyek Wisata Kabupaten Toraja Utara**

A.	Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata	
	1. Obyek dan daya tarik wisata alam	<p>1. Sa'dan To' Barana'</p> <p>Sa'dan To'Barana terletak di desa Sa'dan Malimbong, kecamatan Sa'dan Balusu. Jaraknya sekitar 16 Km sebelah utara dari Rantepao. Di desa ini ada beberapa rumah-rumah tradisional (tongkonan) dengan lumbung padi (alang) milik bangsawan Langi' Parapa' yang dahulu digunakan sebagai pusat pemerintahan. Desa ini juga dikenal sebagai pusat pertenunan tradisional dengan pemandangan alam yang indah yang dikelilingi oleh</p>

		<p>sungai Sa'dan.</p> <p>2. Bori' Kalimbuang</p> <p>Bori' Kalimbuang terletak sekitar 5 km sebelah utara dari kota Rantepao. Ada beberapa kubur batu dan rante (lapangan yang digunakan untuk mengadakan upacara adat seperti ritual rambu solo' dimana menhir (simbuang) didirikan, lapangan ini digunakan hanya untuk upacara penguburan dan tidak digunakan untuk upacara syukuran.</p> <p>3. Ke'te Kesu</p> <p>Sebagai salah satu objek wisata terkenal, Ke'te Kesu' mempesonakan dengan rumah-rumah Tongkonan, lumbung padi (alang). Dan rangkaian batu megalit di antara sawah. Juga ada kubur batu bangsawan dengan kuburan gantung dan Tau-tau (patung) yang berada sekitar 100 meter di belakang desa ini.</p> <p>4. Batutumonga</p> <p>Batutumonga adalah daerah yang paling spektakuler yang terletak di lereng gunung Sesean. Dari desa ini, anda dapat melihat panorama yang indah dan hamparan kota Rantepao. Di sini khususnya akan sangat indah pada</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>bulan Maret atau April, saat waktu panen. Ada beberapa rumah singgah dan kafe untuk menghabiskan malam dengan suasana yang tenang dan damai.</p> <p>5. Londa</p> <p>Londa terletak 5 km sebelah selatan dari kota Rantepao. Objek ini adalah gua kubur batu kapur milik To engkong dan To Para”pak, keturunan Tandilino yang membuat erong pertama (peti mati kayu) dan setelah kematiannya, keturunan Tandilino melanjutkan tradisi ini. Patung kayu gantung dengan banyak erong yang diletakkan ditanah dapat ditemukan disini. Kita dapat menyewa orang yang membawa lampu gas atau dengan menggunakan senter untuk memasuki tempat ini.</p> <p>6. Kolam Alam Limbong</p> <p>Kolam alam Limbong merupakan kolam alam yang sangat menarik berlokasi di kecamatan Rantepao Lembang Limbong yang berjarak 3 km dari kota Rantepao.</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



		<p>Kolam alam ini merupakan salah satu wisata alam pemandian yang menjadi destinasi wisata yang menarik.</p> <p>7. Lo'ko' Mata</p> <p>Lo'ko' mata terletak sekitar 2 km dari Batutumonga di lereng gunung sesean di Kecamatan sesean Suloara'. Lo'ko' mata adalah kuburan batu terbesar di Toraja Utara dengan banyak makam yang dipahat di kuburan batu yang sangat unik.</p> <p>8. Pallawa'</p> <p>Pallawa adalah sebuah desa tradisional di Toraja Utara yang terletak di Pangli sebuah kecamatan di Sesean Utara Rantepao Bagian timur. Sejumlah Rumah Tongkonan berdiri kuat dan kokoh, yang tertua yang terletak di sisi barat merupakan tongkonan yang dibangun oleh Ne' To'taru dan masih terawat dengan baik dari generasi ke generasi</p>
	2. Obyek dan daya tarik wisata budaya	<p>1. Upacara Rambu Solo' (upacara kematian)</p> <p>Upacara kematian yang dilaksanakan oleh suku Toraja harus semeriah mungkin sebagai bentuk penghormatan</p>

		<p>untuk orang tercinta. Pemotongan kerbau adalah hal yang wajib, karena dipercaya kerbau-kerbau yang disembelih adalah media yang membawa arwah menuju puya atau surga. Semakin tinggi status sosial yang disandang oleh orang yang meninggal, maka akan semakin besar pula pesta yang dilaksanakan, begitupula dengan pemotongan hewan, bisa mencapai berpuluh-puluh bahkan beratus-ratus dan menghabiskan dana beratus-ratus bahkan milyaran rupiah.</p> <p>2. Upacara Rambu Tuka'</p> <p>Upacar rambu Tuka' adalah upacara adat yang berhubungan dengan acara syukuran, di dalam upacara ini tak ada kesedihan, yang ada hanya kegembiraan. Misalnya upacara pernikahan (rampanan kapa'), syukuran panen dan peresmian rumah adat Toraja (Tongkonan) yang baru atau yang selesai direnovasi (Mangrara banua). Dalam upacara ini, semua rumpun keluarga hadir sehingga ikatan kekeluarga di toraja sangat kuat.</p> <p>3. Upacara Ma' Nene'</p> <p>Ritual yang disebut ma' nene' ini dilakukan dengan cara</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>mengeluarkan mayat dari peti untuk dibersihkan. Pakaian lama yang digunakan sang jenazah, digantikan dengan pakaian yang baru. Ritual ini terinspirasi dari nenek moyang suku Toraja ratusan tahun silam, yang membersihkan mayat dan mengganti pakaian jenazah dan selalu mendapatkan berkat yang melimpah sesuai membersihkan jenazah.</p>
	<p>3. Obyek dan daya tarik wisata buatan</p>	<p>1. Pasar Bolu (Pasar tradisional Toraja Utara)</p> <p>Pasar Bolu adalah pasar Tradisional Toraja utara yang unik. Berlokasi di pusat kota Rantepao. Ada banyak kerbau dan babi dijual disini bagi yang membutuhkan khususnya untuk tujuan upacara kematian dan upacara syukuran.</p> <p>2. Museum Ne' Gandeng</p> <p>Di Museum ne' gandeng wisatawan akan menemukan pondok permanen yang berbentuk rumah adat toraja. Pondok ini dimaksudkan sebagai tempat menginap keluarga dan tamu yang datang melayat. Menurut keturunan Ne' Gandeng, tempat ini awalnya merupakan tempat melaksanakan prosesi pemakaman Ne' Gandeng</p>

		yang meninggal pada tanggal 3 Agustus 1994.
	<p>4. Daya tarik wisata kuliner</p>	<p>1. Kopi Toraja</p> <p>Kopi Arabika paling banyak ditanam di daerah Toraja Utara selain jenis kopi yang lain seperti Robusta. Jenis kopi ini merupakan salah satu komoditi ekspor daerah dan banyak pengusaha berinvestasi di bidang penanaman kopi di Toraja, seperti perkebunan Toarco Jaya yang berlokasi di Pedamaran, Desa Bokin.</p> <p>2. Pantollok Pammarasan</p> <p>Pantollok Pammarasan adalah masakan Khas Toraja. Pammarasan adalah bumbu khas dari Toraja yang berwarna hitam. Pammarasan sendiri di ambil dari buah pohon pangi.</p> <p>3. Pa'Piong</p> <p>Pa'piong adalah masakan khas Toraja, yaitu memasak dengan menggunakan bambu. Biasanya yang dimasak adalah daging babi dan sayur bulu nangko (daun</p>

		<p>Miyana).</p> <p>4. Deppa Tori'</p> <p>Kue khas Toraja yang terbuat dari ketan dan gula merah dan di atasnya ditaburi dengan wijen. Kue yang manis ini menjadi ciri khas toraja.</p> <p>5. Jipang</p> <p>Kue yang terbuat dari Beras ketan yang dicampurkan dengan kacang dan gula merah.</p>
	5. Kesenian Tradisional	<p>1. Tari Manimbong</p> <p>Tari Manimbong adalah sebuah tarian yang hanya ditampilkan secara khusus di dalam upacara Rambu Tuka' oleh penari-penari pria. Para penarinya menggunakan pakaian khusus yaitu Baju Pokko' dan seppa Tallu Buku yang bersalempang kain antik. Penari juga dilengkapi dengan parang kuno (la'bo' penai) dan sejenis tameng bundar kecil yang bermotif ukiran Toraja.</p> <p>2. Tarian Ma' Badong</p> <p>Tarian Ma' Badong di tampilkan dalam upacara kematian (rambu solo'). Para penari (pria dan wanita) bergerak</p>

		<p>dengan gerakan langkap yang silih berganti sambil melantunkan lagu yang syairnya bercerita tentang riwayat hidup manusia mulai lahir sampai meninggal.</p> <p>3. Passuling</p> <p>Ini adalah suling tradisional Toraja yang dikenal dengan nama Suling Lembang. Alat musik yang umumnya dimainkan oleh pria ini ditampilkan di dalam upacara kematian (rambu solo') maupun upacara syukuran (rambu tuka').</p> <p>4. Pa' Pompang/pa'bas</p> <p>Salah satu jenis musik yang menggunakan instrumen yang terbuat dari bambu. Musik ini dimainkan oleh beberapa orang dalam sebuah grup. Dapat ditampilkan dalam acara rambu solo' maupun rambu tuka'.</p> <p>5. Ukiran</p> <p>Ukiran Toraja merupakan seni ukir yang dibentuk di atas kayu dengan alat ukir khusus. Ukiran Toraja biasanya terdapat pada jendela, pintu, dan tiang rumah tongkonan dan juga terdapat pada Lumbung (alang).</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : (<http://torajautaratourism.com/objek-wisata/>)

### **BAB III**

#### **PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL**

##### **A. DESKRIPSI HASIL PELAKSANAAN KKL**

###### **1. *Public Relations* menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Toraja Utara dikenal sebagai tempat wisata dan budaya sehingga banyak para wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan seorang humas (*Public Relations*) dalam organisasi tersebut. *Public Relations* menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kabupaten Toraja Utara adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat dan media melalui proses komunikasi timbal balik sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya sikap saling pengertian, kepercayaan dan citra yang baik dengan masyarakat maupun media. Sebagai PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara harus mampu menyusun strategi untuk meningkatkan pariwisata dan jumlah pengunjung. Strategi tersebut diantaranya melakukan komunikasi dengan publik, melakukan pemasaran, dan penyebarluasan informasi potensi wisata kepada publik. Namun sebelum melakukan strategi tersebut, sebagai seorang humas harus benar-benar mengerti bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan masyarakat dan media baik dalam kelompok publik atau perseorangan.

Pada DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, posisi PR berada pada bidang pemasaran pariwisata dimana kegiatan yang dilakukan seorang humas sekaligus merangkap dengan bidang pemasaran. Hal ini dapat dilihat melalui peran dan fungsi bidang pemasaran yaitu pertama, mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan penyajian data pemasaran wisata melalui media cetak dan elektronik; kedua, melaksanakan penyuluhan dan informasi kepariwisataan kepada masyarakat baik wisata daerah maupun wisata nusantara; ketiga, melakukan promosi wisata; keempat, menyiapkan kerja sama antar daerah, nasional dan internasional di bidang kepariwisataan; dan kelima, melaksanakan pementasan, evaluasi dan laporan pelaksanaan kegiatan pemasaran. Sehingga, bagi PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, *public relations* juga merupakan fungsi yang penting dalam membantu pemasaran dimana harus memiliki kemampuan untuk meyakinkan para wisatawan, pendekatan persuasif, melakukan kerjasama untuk negosiasi sehingga terjalinnya hubungan saling pengertian yang positif. (sumber : wawancara PR DISUDPAR)

## **2. Aktivitas *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

Aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara dibagi menjadi dua bagian yaitu aktivitas internal dan aktivitas eksternal.

### **1. Aktivitas Internal**

#### **a. Hubungan dengan Karyawan**



DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yang terletak di Jalan Ahmad Yani no. 62 A memiliki total karyawan sebanyak 82 orang. Karyawan sejumlah 82 orang tersebut, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Total Karyawan

- Laki-laki: 43 orang
- Perempuan: 39 orang

2. Status Karyawan

- PNS : 24 orang
- Honor : 58 orang

3. Pembagian Tugas

- Kepala Dinas
- Sekretariat
- Bidang Pemasaran
- Bidang Kebudayaan dan Kesenian
- Bidang Pengelolaan Sumber Daya dan Peran Serta Masyarakat
- Bidang UPJ dan ODTW

Program-program yang dilakukan oleh *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu :

1. *General Staff Meeting*, kegiatan rapat ini merupakan salah satu program yang dikhususkan untuk seluruh karyawan tiap bulannya. Dalam kegiatan ini akan

dibahas mengenai informasi-informasi terbaru yang akan disebarkan kepada seluruh karyawan dari tiap bidang. Sehingga pada setiap bulan karyawan dari DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara akan selalu diperbaharui pengetahuannya mengenai tempat mereka bekerja.

2. *Employee Family Gathering*, kegiatan yang dilakukan 1 tahun sekali. Kegiatan ini ditujukan untuk seluruh karyawan yang bekerja di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara baik PNS maupun honor. Pada kegiatan ini, diadakan sharing bersama antara kepala dinas dengan karyawan biasa serta diselingi sedikit games untuk menumbuhkan kerjasama antara karyawan.
3. *Employee Birthday Party*, kegiatan ini diadakan setiap bulannya yang ditujukan kepada para karyawan yang berulang tahun. Kegiatan ini dilakukan pada tiap-tiap divisi, di mana bisa diambil contoh jika salah satu karyawan dari bidang pemasaran sedang berulang tahun maka karyawan lain dari tiap-tiap bidang berkumpul untuk melakukan *surprise* kepada yang berulang tahun. Kegiatan ini tidak hanya melibatkan karyawan saja, namun kepala dinas pun ikut terlibat. Hal ini merupakan hal yang dianggap positif oleh pihak DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara karena memberikan rasa kekeluargaan bagi setiap karyawannya. (sumber: wawancara humas)

b. Hubungan dengan investor

Toraja Utara merupakan salah satu daerah wisata yang dikenal baik di dalam maupun di luar negeri. Daya Tarik Wisata (DTW) yang dimiliki oleh daerah tersebut yakni daerah tujuan wisata alam dan tujuan wisata kebudayaan. Peninggalan budaya

dan sejarah merupakan kategori DISBDUPAR Kabupaten Toraja Utara sebagai daya tarik wisatawan asing dan media paling efektif untuk memberikan contoh nyata mengenai nilai-nilai dan karya besar budaya nenek moyang bangsa. Oleh karena itu, upaya pengelolaan kawasan budaya sebagai warisan bangsa perlu dilakukan sebagai sumber devisa bagi Negara.

Selain Pemerintah Daerah (PEMDA), ada beberapa investor yang terlibat terkait dengan pariwisata di kawasan ojek wisata Toraja Utara di antaranya Yayasan Kete'Kesu, Marimbuan, Buntu Remen, Sangpetayanan, Pala'toke. To'barana, Palawa, Bori'Kalimbuang, Ne'Gendeng, PT. Toarco Jaya, PT Christina Explo Mining, PT Novienindo Multi Resoueces, dan PT Makale Toraja Mining. Pemerintah akan memberikan kemudahan bagi para investor yang benar-benar serius berinvestasi di Toraja Utara. Dengan catatan, investor harus menaati semua aturan yang berlaku. Program-program yang dilakukan oleh *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu :

1. *Investor Gathering*

Kegiatan ini dilakukan setiap tiga bulan sekali untuk berdiskusi dengan para investor yang telah bekerjasama dengan DISBDUPAR Kabupaten Toraja Utara. Biasanya pertemuan dilakukan di salah satu restoran untuk membahas perkembangan dan potensi wisata di Toraja Utara. Setelah melakukan pertemuan, para tamu undangan dipersilahkan untuk menyantap hidangan yang telah disediakan. Diskusi ini dilakukan dengan maksud untuk lebih mendekatkan pihak DISBUDPAR dengan para Investor. Pada akhir acara akan diumumkan kembali undangan untuk para Investor yang

berminat melihat lokasi wisata yang ditawarkan sekaligus memberikan informasi kepada investor mengenai kegiatan atau *event* yang akan diselenggarakan. (sumber: wawancara humas)

## 2. Aktivitas Eksternal

### a. Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relations*:

#### 1. Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian organisasi terhadap lingkungan sekitar. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih organisasi kepada komunitas. Dengan begitu menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Salah satu komunitas yang bekerjasama dengan DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPP-Toraja). Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPPT) terbentuk dan dimulai dari aksi sekelompok orang-orang muda yang datang dari berbagai profesi aktif dalam kegiatan tulis menulis mengenai Pariwisata di Toraja. Kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu menulis dan foto di blog dengan mengambil dan menyokong momen Toraja International Festival yang diselenggarakan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. (<http://www.seputarmakassar.com/berbasis-web-lpp-toraja-komunitas-konsen-bidang-kepariwisataan.html>)

## 2. Hubungan dengan pelanggan (*costumer relations*)

Pelanggan merupakan pihak yang berpengaruh dalam kinerja organisasi/perusahaan. Maka organisasi membangun hubungan dengan pelanggan sebagai bentuk upaya perusahaan dalam membangun relasi dan citra positif dengan pelanggan. Kemampuan berkomunikasi yang efektif merupakan instrumen untuk menghasilkan kepercayaan pada pelanggan. Komunikasi yang efektif akan membantu pelanggan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahamannya. Berdasarkan hasil wawancara bersama PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, bahwa DISBUDPAR memiliki pelanggan tetap yang selalu berkunjung pada objek wisata di Kabupaten Toraja Utara setiap tahunnya. Program yang dilakukan oleh *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yang berkaitan dengan pelanggan yaitu membuka layanan pelanggan yang mana berfungsi untuk menampung aspirasi dari para pelanggan. Mengingat, selama ini instansi pemerintah selalu berkesan tertutup di depan publik sehingga *Public Relations* berusaha untuk memperbaiki hubungan dan merubah pandangan pelanggan. Program layanan tersebut berupa kotak saran yang diletakkan di depan kantor DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Nantinya, diharapkan pelanggan dapat memberikan kritik dan saran mengenai pelayanan maupun event yang diselenggarakan oleh DISBUDPAR. (sumber: wawancara humas).

## 3. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*)

Dalam menjalankan fungsinya seorang *Public Relations* membutuhkan media atau alat komunikasi yang berfungsi sebagai media penghubung arus informasi ataupun

pesan yang disampaikan kepada publik. Peranan media dalam kegiatan DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara akan membentuk kerjasama atau jalinan komunikasi sebagai kesatuan yang tak terpisahkan karena memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak antara media dan organisasi. Kegiatan yang dilakukan oleh PR berkaitan dengan media massa terbagi menjadi beberapa kegiatan yaitu antara lain perjalanan pers, *media gathering*, *press release*, dan *special event*. Kekuatan media akan mampu membentuk opini publik, untuk itu keterbukaan PR DISBUDPAR dengan media harus transparan artinya terbuka terhadap segala macam informasi dan informasi tidak ada yang ditambah maupun dikurangi. (sumber: wawancara PR DISBUDPAR).

### **3. Publik menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

Menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, publik merupakan sekelompok orang dari pihak-pihak di dalam (internal) maupun di luar (eksternal), yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi. Sebuah organisasi perlu mengenali publik atau khalayaknya karena nantinya sekelompok itulah yang akan senantiasa dihubungi dalam menyelenggarakan sebuah kegiatan organisasi. Publik yang menjadi sasaran utama dari aktivitas *public relations* adalah media dan pengunjung. Penyebaran pesan atau informasi *public relations* tidak dilakukan secara sama kesemua orang seperti halnya pesan-pesan iklan. Langkah-langkah tertentu sengaja dipilih untuk lebih mengefektifkan penerimaan pesan atau informasi dari setiap organisasi yang memiliki khalayak khusus sendiri. Oleh karena itu, sebagai *Public relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara harus senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal

maupun eksternal dengan khalayaknya. Khalayak antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain belum tentu sama. (sumber: wawancara PR DISBUDPAR)

#### **4. Media menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara bertanggung jawab atas pelestarian serta pemasaran kebudayaan dan obyek wisata Toraja Utara yang berupaya memenuhi tuntutan persaingan dengan terus mengikuti perkembangan teknologi dalam berbagai bidang. Oleh karena itu, media sangat diperlukan didalamnya guna menunjang persaingan yang ada. Media memiliki kebutuhan akan kabar baru yang bernilai berita tinggi, sedangkan Toraja memiliki bahan tersebut dan membutuhkan media untuk menginformasikannya kepada khalayak ramai. Dinas pariwisata menggunakan media *website* torajautaratourism.com dan visittorajautara.com untuk memudahkan akses komunikasi dengan publik, menggunakan media televisi lokal seperti TORAJA TV, dan ARNOL TV untuk mengadakan siaran serta menggunakan koran-koran seperti tribuntoraja.com, Swisscontact, Tribun Timur, kareba Toraja untuk melakukan liputan berita. Sering kali Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara telah melakukan komunikasi dengan media mengenai potensi kepariwisataan Kabupaten Toraja Utara dengan jalan menjadikan liputan yang dilakukan oleh media-media di seluruh Indonesia. Seperti Fajar TV (Makassar), Metro TV, TV One, Trans 7 yaitu dalam segmen acara Si Bolang, dan jejak petualang, Trans TV dalam acara etnik Runaway dan My Trip My Adventure. (sumber : wawancara PR DISBUDPAR)

## **5. Konsep hubungan media menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

Setelah melakukan wawancara kepada Innosentius Rantesapan, MM selaku kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara bahwa Dinas Pariwisata menganggap hubungan media adalah alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas organisasi melalui publikasi dan diharapkan pesan atau dapat diterima dengan baik oleh khalayak luas. Selain itu media membutuhkan berita sedangkan organisasi memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi. Sebuah hubungan yang saling kebergantungan satu dengan lain. Oleh karena itu, hubungan media menjadi hal wajib dilakukan untuk menjaga reputasi organisasi. Pentingnya menjalin hubungan dengan media dikarenakan media sebagai sarana komunikasi dengan publik yang dapat menjangkau khalayak yang luas dan tersebar agar isi pesan dapat disampaikan dengan baik kepada publik. Hubungan media bagi sebuah organisasi tidak terlepas dari kekuatan media massa yang tidak hanya mampu menyampaikan pesan kepada banyak khalayak namun lebih dari itu, media berfungsi menginformasikan, mendidik, mempengaruhi, mengawasi, dan menghibur. Dari sinilah media memiliki potensi besar untuk memberi pengertian, mengubah sikap, pendapat dan perilaku sebagaimana tujuan yang hendak dicapai. Melalui media, sekaligus dapat membantu promosi dalam bidang pariwisata serta bisa meningkatkan citra organisasi (sumber: wawancara kepala dinas DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara).



## 6. Aktivitas Hubungan Media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara

Aktivitas hubungan media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara sebagai berikut:

### a. Pengiriman siaran pers

Sebelum melaksanakan sebuah *event* atau program kantor, DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara membuat *press release* lalu dikirim sesuai dengan karakter media melalui email. Pengiriman siaran pers ditujukan kepada media massa yang tepat sesuai dengan target khalayak yang ingin dituju dan topik siaran pers. Tidak perlu mengirimkan siaran pers yang berisi keberhasilan program kita ke media massa yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan program kita. Kegiatan ini tidak rutin dilakukan oleh *Public Relations*, hanya dilakukan ketika menyelenggarakan *event* besar seperti Toraja Marathon 2016. Kegiatan tersebut diselenggarakan langsung oleh pihak DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Pembuatan *press release* dilakukan oleh *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara dan *Public Relations* juga yang mengirimkan *press release* melalui email kepada media yang berkepentingan.

### b. Menyelenggarakan *media gathering*

Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara, *media gathering* merupakan salah satu kegiatan untuk menjalin hubungan yang baik antara Kantor Dinas

Pariwisata dengan rekan media. Kegiatan juga bertujuan untuk membantu dalam penyebarluasan informasi mengenai kegiatan Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara. Dengan demikian masyarakat dapat mengetahui program yang dilakukan dan sekaligus mengenal lebih dalam mengenai Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara. Media gathering yang dilakukan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara tidak rutin dilakukan dalam setiap bulan. Hal ini dipertimbangkan dengan melihat event yang akan dilaksanakan. Apabila *event* tersebut berskala nasional dan mencakup banyak orang maka akan dilaksanakan *media gathering* berupa konferensi pers.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

Gambar 3.1 dokumentasi Konferensi Pers Toraja Marathon 2016

#### c. Menyelenggarakan perjalanan pers

Salah satu aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara yaitu melakukan perjalanan pers. Kegiatan tersebut dilakukan oleh pihak organisasi dengan mengundang media untuk berkunjung ke obyek wisata baru. Tujuan dari kegiatan tersebut untuk memberikan informasi terbaru dan dapat dijadikan sebagai publikasi media. Informasi terbaru yang diberikan oleh

*Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu wisata negeri di atas awan yang berlokasi di Lolai, Toraja Utara. Wisata tersebut mengundang perhatian publik dan juga media sehingga banyak yang ingin mendapatkan fakta yang lengkap dengan cara melakukan perjalanan pers. Wisata ini ditempuh selama satu setengah jam dari kota Rantepao dan biasanya publik maupun media berangkat sekitar pukul 03.00 subuh demi mendapatkan gambar yang maksimal dan merasakan seperti negeri di atas awan.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

Gambar 3.2 dokumentasi perjalanan pers

#### d. Menyelenggarakan *special event*

Pelaksanaan *special event* sekarang ini telah menjadi salah satu cara yang digunakan oleh instansi pemerintah untuk berbagai kepentingan. Di dalam mewujudkan sebuah event, maka dibutuhkan persiapan yang matang sebagai pendukung suksesnya serta efektifnya sebuah event. Dengan begitu maka acara yang akan diselenggarakan akan terorganisir dengan baik. Adapaun tipe *special event* yang

diselenggarakan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu bersifat olahraga. Toraja Marathon 2016 diselenggarakan untuk pertama kali pada bulan Agustus 2016. DISBUDPAR bekerjasama dengan Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara dan Dinas Pemuda dan Olahraga untuk menyukseskan *event* tersebut. Toraja Marathon 2016 adalah event sport-tourism berskala internasional yang pertama dilaksanakan di Toraja. Event ini juga akan menjadi perlombaan lari dengan jarak full marathon pertama yang pernah diadakan di Sulawesi. Toraja sudah lama terdengar akan keindahan alam dan keunikan budayanya. Kini saatnya Toraja mampu kembali menjadi salah satu andalan destinasi pariwisata nasional, apalagi dengan terciptanya tujuan-tujuan pariwisata baru termasuk di dalamnya Destination-Tourism seperti lari, sepeda gunung, arung jeram, paralayang, dan masih banyak lagi.

Kaitan *event* Toraja Marathon 2016 dengan hubungan media yaitu mengundang media untuk melakukan publikasi, menambah kontak media yang belum dimiliki oleh *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara sehingga nantinya ketika memiliki banyak kontak media, maka tentunya organisasi lebih banyak menjalin kerjasama lagi dengan media lain. Selain itu, *event* tersebut ingin menunjukkan bahwa DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara tidak hanya berfokus pada wisata saja, tetapi juga memperhatikan hal yang lain seperti *event* yang bersifat olahraga. Ketika media datang meliput khalayak yang mengikuti perlombaan tersebut maka secara tidak langsung DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menunjukkan potensi wisata alam yang terdapat di Toraja Utara. Sehingga, dapat dipublikasikan oleh rekan media dan jumlah pengunjung menjadi bertambah.

10K 5K 21K 42K 13 AGUSTUS 2016

**TORAJA**

**MARATHON 2016**  
TORAJA - SULAWESI SELATAN

presented by

**REGISTER NOW** [WWW.TORAJAMARATHON.COM](http://WWW.TORAJAMARATHON.COM)

Pendaftaran Toraja: MAMBO Restaurant JL. Dr. Ratulangi No.34 Rantepao

Pendaftaran Makassar: Kantor TRIBUN TIMUR Jl. Cendrawasih No.430

supported by

community partners

media partners

More information email to: [contact@torajamarathon.com](mailto:contact@torajamarathon.com)

[/torajamarathon](https://www.facebook.com/torajamarathon)

(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

Gambar 3.3 dokumentasi pamphlet Toraja Marathon 2016

## **B. KETERLIBATAN PESERTA DI LOKASI KKL**

Peserta telah melaksanakan kegiatan KKL selama 36 hari yaitu mulai pada 13 Juli 2016 dan berlangsung sampai tanggal 31 Agustus 2016 di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara jalan Ahmad Yani no. 62 A . Kegiatan KKL dilaksanakan setiap hari senin sampai hari jumat karena telah diberlakukan di Toraja Utara pegawai Instansi pemerintah bekerja selama 5 hari dalam seminggu.

Jam kerja peserta yaitu pada hari senin sampai jumat mulai pukul 07.30 dan pulang pada pukul 16.00. namun khusus untuk hari senin pegawai diwajibkan datang lebih awal untuk melaksanakan apel pagi yang dilakukan kurang lebih 15 menit. Ketika peserta melaksanakan KKL di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, bidang pemasaran pariwisata Kabupaten Toraja Utara sedang tidak memiliki banyak agenda kegiatan pemasaran. Penulis ditugaskan dalam membantu proses surat menyurat, pengetikan, dan membantu *Tourist Information* ketika ada wisatawan yang datang.

### **1. Keterlibatan peserta dalam aktivitas hubungan media**

Keterlibatan peserta dalam aktivitas hubungan media di Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Toraja Utara menjadi aktivitas utama didalam proses pelaksanaan KKL selama satu bulan lebih. Adapun aktivitas yang diikuti oleh peserta KKL sebagai berikut :

a. Menghubungi rekan media untuk menghadiri *media gathering*

Pada bulan Juli, peserta menghubungi beberapa rekan media lokal melalui via telepon. Perihal yang akan dibahas ialah mengenai event Toraja Marathon 2016 . Beberapa media yang dihubungi oleh peserta antara lain, Kareba, Swiss Contact, Arnol TV dan Toraja TV. *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menyarankan agar peserta hanya menghubungi media lokal saja yang berada di Toraja karena mengingat peserta masih terbilang baru untuk melakukan kegiatan tersebut. *Public Relations* menyarankan untuk berhati-hati dalam memberikan informasi kepada media agar nantinya rekan media jelas dan paham mengenai *event* yang akan diselenggarakan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Komunikasi yang dilakukan oleh peserta kepada media tidak hanya sekali saja tetapi setelah dua minggu peserta kembali menghubungi rekan media lokal melalui via telepon untuk mengingatkan lagi mengenai pelaksanaan *event* yang akan dihadiri oleh rekan media.

b. Membantu dalam persiapan konferensi pers

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara beserta panitia Toraja Marathon 2016 melakukan konferensi pers terkait *event* besar yang akan diselenggarakan. Peserta dalam hal ini, ikut membantu dalam mempersiapkan konferensi pers seperti mengingatkan kembali pihak media untuk menghadiri konferensi pers, peserta dan panitia memastikan kesiapan lokasi, serta mengecek media kit yang telah disediakan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Toraja Utara.

c. Membantu menyelenggarakan *special event*

*Special event* yang benar-benar berbeda dari *event* sebelumnya yaitu Toraja Marathon 2016. *Event* tersebut dikatakan baru dan berbeda dengan yang lain karena merupakan *event* pertama yang dilakukan dan berskala internasional. *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara mengharapkan kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Tujuannya ialah untuk menjalin kerjasama dengan media baru dan lebih mengakrabkan dengan media yang telah ada, mengajak publik untuk ikut berpartisipasi serta secara tidak langsung memperkenalkan wisata di Toraja Utara. Dalam *event* tersebut, peserta ikut serta dalam mencari panitia dan penyusunan *time schedule event* Toraja Marathon 2016 bersama seluruh divisi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja utara. Peserta mencari panitia dengan melakukan komunikasi melalui via telepon dan menayakan kesiapan untuk menjadi panitia Toraja Marathon 2016. Panitia ada yang berasal dari siswa SMA dan mahasiswa yang bertempat tinggal di Toraja. Nantinya, panitia tersebut yang akan mengawasi peserta Toraja Marathon di setiap pos yang telah disediakan. Penyusunan *time schedule* dilakukan bersama bidang pemasaran dan juga panitia inti dan peserta ikut berperan dengan memberikan ide, pendapat, kritik dan saran.



## **2. Keterlibatan peserta dalam aktivitas lainnya**

### **a. Dokumentasi**

Keterlibatan peserta diluar aktivitas hubungan media yakni menjadi seksi dokumentasi foto. Tugas dokumentasi yang diberikan kepada peserta yaitu mendokumentasikan acara Toraja International Festival (TIF) dan juga pameran Sul-Sel EXPO 2016. Dokumentasi pertama dilakukan pada acara TIF, foto yang penting bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara yakni mendapatkan foto yang menampilkan masyarakat Toraja, para wisatawan dan pemerintahan yang berkunjung pada acara tersebut.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

**Gambar 3.4 dokumentasi kegiatan Toraja Internasional Festival (TIF)**

Dokumentasi kedua, yang melibatkan peserta KKL yakni dalam mengambil foto dalam kegiatan pameran Sul-Sel EXPO 2016 di Makassar. Konsep foto, peserta dan bidang pemasaran dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Toraja Utara

menonjolkan segi komunikatif diantara pengunjung stand pameran Toraja Utara. Foto tersebut akan menjadi bukti laporan pertanggung jawaban perjalanan dinas.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

Gambar 3.5 dokumentasi kegiatan pameran SUL-SEL EXPO 2016

#### b. Mengisi Acara

Keterlibatan peserta diluar aktivitas hubungan media yakni mengisi acara Toraja Marathon, pembuatan iklan teh javana dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Toraja Utara dan pameran Sul-Sel EXPO 2016 dan. Dalam mengisi acara, peserta menggunakan pakaian adat dan menari tradisional. Pada acara yang pertama Toraja Marathon, peserta ikut mengisi acara dalam bentuk tarian-tarian. Peserta menari dalam pembukaan Toraja Marathon 2016.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata, 2016)

Gambar 3.6 dokumentasi tarian pembukaan *event* Toraja Marathon 2016

Acara kedua, peserta turut berpartisipasi dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten Toraja Utara dengan cara mengikuti pembuatan iklan produk teh Javana dengan konsep penari membawakan tarian tradisional di depan rumah adat Toraja yang berlokasi di Tongkonan Galugu, Sa'dan, Toraja Utara.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata,2016)

Gambar 3.7 dokumentasi pembuatan iklan

Acara ketiga, pameran Sul-Sel EXPO 2016 di Makassar. Peserta ikut dalam perjalanan dinas selama 4 hari. Pada awal pembukaan pameran, peserta menggunakan pakaian adat Toraja dalam peragaan pakaian adat.



(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata,2016)

Gambar 3.8 dokumentasi peragaan pakaian adat dalam pameran Sul-Sel EXPO 2016

## **C. ANALISIS HASIL PELAKSANAAN KKL**

### **1. Analisis *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

Menurut Cutlip, *Public Relations* (PR) merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya serta mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006, h. 5). Berdasarkan definisi tersebut maka posisi seorang PR berada dalam fungsi manajemen dan hal ini berarti manajemen di dalam organisasi harus berperan sebagai seorang PR. Dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan publiknya, PR harus melakukannya dengan tetap memperhatikan moral dan etika yang ada. Sedangkan yang dipahami oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, bahwa praktisi PR berusaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat dan media melalui proses komunikasi timbal balik sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya sikap saling pengertian, kepercayaan dan citra yang baik dengan masyarakat maupun media.

Dari teori yang telah dipaparkan memiliki makna yang sama, yaitu PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menjalankan perannya dalam menjalin relasi dengan publik organisasi baik itu media maupun pelanggan. PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara telah menjalankan tugasnya seperti yang telah dipaparkan dalam teori. PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara diberi tanggung jawab

sebagai bagian dari bidang pemasaran dalam menjalin hubungan yang baik dengan pihak eksternal serta menciptakan citra yang positif tentang organisasi.

Namun, ada beberapa perbedaan dalam praktik PR di lapangan dari konsep *Public Relations* yang dipaparkan dalam teori para ahli. Di kantor DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, PR berada satu bidang dengan pemasaran (*marketing*). Sehingga PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara juga melakukan proses *marketing* melalui media sebagai pendukung dari setiap aktivitas *marketing* yang tujuannya meningkatkan pendapatan secara finansial. Dalam menjalankan fungsi PR, PR DISBUDPAR tidak dapat fokus dalam menjalankan tugasnya sebagai PR. Dalam hal ini, profesi PR yang dijalankan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menjadi lebih bertambah, karena harus menjalankan dua pekerjaan sekaligus. Bukan hanya menjalin relasi dan membangun hubungan yang harmonis dengan publik tetapi juga melakukan pekerjaan yang umumnya dilakukan oleh *marketing*.

## **2. Analisis aktivitas *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara**

Aktivitas PR adalah suatu kegiatan atau cara menciptakan hubungan yang harmonis antara pihak organisasi dengan khalayak atau sasaran, dengan tujuan mempengaruhi dan menciptakan komunikasi dua arah. Menurut (Cutlip, 2006) aktivitas *Public Relations* terbagi menjadi dua, yaitu :

Internal : kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi atau perusahaan.

Publik internal adalah keseluruhan elemen yang berpengaruh secara langsung dalam

keberhasilan organisasi, seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi organisasi/perusahaan.

Kegiatan hubungan internal yang dilakukan oleh *Public Relations*:

### 3. Hubungan dengan karyawan (*Employee Relations*)

Seorang PR harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan. Karena dengan diadakan program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan organisasi.

### 4. Hubungan dengan pemegang saham (*Investor Relations*)

Seorang PR juga harus mampu membina hubungan yang baik dengan pemegang saham, serta mampu mengkomunikasikan apa yang terjadi dalam organisasi/perusahaan. Karena sebagai penyandang dana, mereka harus selalu tahu perkembangan organisasi secara transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap perusahaan. Dengan demikian akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurigaan terhadap organisasi.

Eksternal : Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena organisasi tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan *external public*

*relations* meliputi bagaimana mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap organisasi, memelihara hubungan baik dengan pers dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat.

Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relations*:

1. Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Dengan begitu menunjukkan bahwa organisasi tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh organisasi dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility*.

5. Hubungan dengan pelanggan (*costumer relations*)

Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan organisasi/perusahaan itu sendiri. *Costumer relations* dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain *plant tour*, iklan, film, pameran, publisitas, brosur, dan *special events* (Seitel, 2001, h. 455).

6. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*)

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi PR dengan pihak publik.

Dengan hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang organisasi di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal dan kontak informal.

#### 7. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan organisasi dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum.

Dari teori yang telah dipaparkan, PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara telah menjalankan tugasnya seperti yang telah dipaparkan dalam teori. PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara diberi tanggung jawab dalam kegiatan internal dan eksternal. Dalam kegiatan internal organisasi, PR menjalin hubungan dengan karyawan dan investor. PR melakukan hubungan dengan karyawan melalui kegiatan-kegiatan seperti *General Staff Meeting* berupa kegiatan rapat yang merupakan salah satu program yang dikhususkan untuk seluruh karyawan tiap bulannya. Dalam kegiatan ini akan dibahas mengenai informasi-informasi terbaru yang akan disebarkan kepada seluruh karyawan dari tiap bidang. Kedua, *Employee Family Gathering*, kegiatan yang dilakukan 1 tahun sekali. Kegiatan ini diadakan untuk sharing bersama antara kepala dinas dengan karyawan biasa serta diselengi sedikit games untuk menumbuhkan kerjasama antara karyawan. Ketiga, *Employee Birthday*



*Party*, kegiatan ini diadakan setiap bulannya yang ditujukan kepada para karyawan yang berulang tahun. Kegiatan ini dilakukan pada tiap-tiap divisi, di mana bisa diambil contoh jika salah satu karyawan dari bidang pemasaran sedang berulang tahun maka karyawan lain dari tiap-tiap bidang berkumpul untuk melakukan *surprise* kepada yang berulang tahun. PR menjalin hubungan dengan investor melalui *Investor* yang dilakukan setiap tiga bulan sekali untuk berdiskusi dengan para investor yang telah bekerjasama dengan DISBDUPAR Kabupaten Toraja Utara. Biasanya pertemuan dilakukan di salah satu restoran untuk membahas perkembangan dan potensi wisata di Toraja Utara.

Aktivitas eksternal yang dilakukan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara berdasarkan teori yang telah dipaparkan ialah menjalin hubungan dengan komunitas seperti bekerjasama dengan komunitas Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPP-Toraja). Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPPT) terbentuk dan dimulai dari aksi sekelompok orang-orang muda yang datang dari berbagai profesi aktif dalam kegiatan tulis menulis mengenai Pariwisata di Toraja. PR juga menjalin hubungan dengan pelanggan yang mana membuka layanan pelanggan yang berfungsi untuk menampung aspirasi dari para pelanggan. Mengingat, selama ini instansi pemerintah selalu berkesan tertutup di depan publik sehingga PR berusaha untuk memperbaiki hubungan dan merubah pandangan pelanggan. Selain itu, PR menyadari akan kekuatan media yang mampu membentuk opini publik, untuk itu PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara juga menjalin hubungan dengan media yang biasanya

melaksanakan kegiatan antara lain perjalanan pers, *media gathering*, *press release* dan *special event*.

### 3. Analisis konsep publik di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara

Menurut John Dewey seorang filsuf, publik merupakan unit sosial aktif yang terdiri dari semua pihak yang terlibat yang mengenali problem bersama yang akan mereka cari solusinya secara bersama-sama (Cutlip, M. S. 2006, h. 242). Suatu publik, kemudian menjadi suatu kelompok yang saling bertukar informasi atas suatu masalah bersama atau tujuan dari sesuatu yang hendak dicapai (Baskin, Otis, 1997, h. 120).

James Gruig kemudian mengidentifikasi publik ke dalam tiga kategori, yaitu :

4. *Latent Public*, publik yang berada dalam kondisi tidak sadar adanya masalah. Publik ini disebut juga sebagai publik pasif
5. *Aware Public*, publik yang mengetahui adanya masalah, sadar bahwa ada sesuatu yang berbeda dan kemudian menjadi peduli terhadap masalah tersebut.
6. *Active Public*, Publik yang aktif untuk melakukan sesuatu untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Sedangkan di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara sendiri, menurut PR, publik merupakan sekelompok orang dari pihak-pihak di dalam (internal) maupun di luar (eksternal), yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi. Publik yang menjadi sasaran utama dari aktivitas *public relations* adalah media dan pengunjung. Pemahaman konsep publik yang dipaparkan

dari teori dengan pemahaman publik menurut PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara memiliki kesamaan bahwa ada beberapa yang digolongkan sebagai publik organisasi. Berdasarkan penjelasan PR, pembagian kelompok-kelompok publik dilihat berdasarkan seberapa besar pengaruh kepada perusahaan. Media menjadi publik yang utama karena media sangat penting dalam mempengaruhi publik dalam ruang lingkup yang lebih umum. Sehingga melalui media, akan tercipta citra yang positif. Selain itu, ada pengunjung (wisatawan) sebagai publik dari DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Pengunjung yang dimaksudkan ialah pengunjung yang datang dan menetap selama beberapa hari di Toraja Utara baik itu wisatawan dalam negeri maupun wisatawan luar negeri.

#### **4. Analisis konsep media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Menurut organisasi tersebut, media sebagai sarana untuk memudahkan akses komunikasi dengan publik dan berguna untuk memenuhi tuntutan persaingan dalam mengikuti perkembangan teknologi sekarang ini. Media memiliki kebutuhan akan kabar baru yang bernilai berita tinggi, sehingga sangat diperlukan dalam pemasaran kebudayaan dan obyek wisata Toraja Utara. Hal ini sesuai dengan definisi media menurut para ahli yaitu media dengan jangkauan yang dimilikinya dapat menyebarluaskan suatu berita atau pun informasi. Kecanggihan teknologi saat ini, membuat media dapat menerobos ruang dan waktu dalam penyebarannya (Nurudin, 2008, h. 51).

Selain itu, media tidak hanya meliputi media tradisional seperti koran, tabloid, majalah, radio, namun sudah masuk ke media baru yang menggunakan akses internet, seperti website, blog dan sebagainya (Baskin, 1997, h. 197-198). Berdasarkan definisi tersebut, dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Toraja Utara menggunakan media *website* yaitu [torajautaratourism.com](http://torajautaratourism.com) dan [infotoraja.com](http://infotoraja.com), menggunakan media televisi lokal seperti TORAJA TV, dan ARNOL TV untuk mengadakan siaran serta menggunakan koran-koran seperti [tribuntoraja.com](http://tribuntoraja.com), Swisscontact, Tribun Timur, kareba Toraja untuk melakukan liputan berita. Sering kali media-media di seluruh Indonesia melakukan liputan mengenai potensi kepariwisataan Kabupaten Toraja Utara seperti Fajar TV (Makassar), Metro TV, TV One, Trans 7 yaitu dalam segmen acara Si Bolang, dan jejak petualang, Trans TV dalam acara etnik Runaway dan *My Trip My Adventure*.

Dalam hal berkomunikasi dengan publik, maka organisasi tersebut memerlukan bantuan dari media. Kekuatan media ada pada tugas mereka yang menjadi penyalur berita, informasi kepada masyarakat. Dari berita yang disampaikan oleh media akan mempengaruhi benak dan persepsi masyarakat. Masyarakat sendiri cenderung lebih percaya pada berita yang disampaikan oleh media.

## **5. Analisis Konsep Hubungan media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Hubungan media menurut organisasi ini adalah sesuatu yang sangat penting dan memiliki peran besar dalam sebuah *event*. Selain itu media membutuhkan berita

sedangkan organisasi memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi. Sebuah hubungan yang saling kebergantungan satu dengan lain. Pengertian dari hubungan media atau *media relations* akan berbeda di setiap organisasi dan berbeda dalam pandangan para ahli. Menurut (Frank Jefkins dalam Wardhani, 2008, h. 28) : “Hubungan media merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.”

Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan bahwa hubungan media adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh organisasi kepada media dengan tujuan terciptanya hubungan yang baik dan saling menguntungkan bagi organisasi maupun media. Organisasi ini melihat bahwa pentingnya relasi yang dibangun dengan pihak media agar media tidak hanya diajak kerjasama ketika organisasi melakukan suatu kegiatan. Ketika organisasi hanya memanggil media untuk meliput suatu acara yang dilakukan oleh organisasi maka dari pihak media akan merasa hanya dimanfaatkan sepihak saja oleh organisasi. Oleh karena itu, adapun kegiatan kecil maupun kegiatan besar yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara, organisasi tersebut tetap menjalin komunikasi dengan pihak media agar saling mengenal lebih dalam lagi.

PR dalam hubungan media tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Keduanya saling membutuhkan, membentuk sinergi yang positif. PR menjadi sumber berita bagi

media sedangkan media menjadi sarana publisitas bagi PR organisasi. Hubungan yang terjalin berlandaskan kepada prinsip-prinsip keterbukaan, serta saling menghargai peran satu sama lainnya dan saling mendukung. Setiap pihak akan berfungsi serta bertindak sesuai dan terikat dengan kode etik profesinya masing-masing. Praktisi PR tidak boleh menutup mata. PR terus mengadakan perubahan dan perbaikan agar hubungan yang terjalin dengan media dapat terus terjaga dengan baik. Hal-hal tersebut dapat dilakukan (Nurudin, 2008, hal 49-47), yakni melalui :

1. *Servicing the media* (melayani media). Agar terciptanya hubungan yang baik, memahami serta melayani kebutuhan media menjadi hal yang utama.
2. *Establishing a reputations reliability* (membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya). Praktisi PR agar senantiasa siap menyediakan materi-materi yang akurat, lengkap dan terpercaya.
3. *Supplying good copy* (menyediakan salinan yang baik). Salinan tidak hanya berupa data-data yang tercetak dalam kertas, tetapi juga rekaman foto, atau video yang berguna bagi rekan media.
4. *Cooperation in providing material* (bekerjasama dalam penyediaan materi).
5. *Building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal yang kokoh). Membangun hubungan dengan media khususnya wartawan tidak mesti ketika sedang menjalankan tugas. Di luar itu, hubungan personal harus tetap terjaga dengan baik. Hasil dari hubungan tersebut adalah

terciptanya reputasi yang baik dimata media yang berujung pada pemberitaan yang baik pula.

## **6. Analisis Aktivitas Hubungan Media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Melihat peran penting media dalam penyampaian berita dan dapat mempengaruhi opini masyarakat, maka organisasi melakukan berbagai aktivitas yang dapat membangun hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan pihak media. Aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara antara lain :

### **a. Pengiriman siaran pers**

Siaran pers menurut Soemirat dan Ardianto (2004) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) suatu organisasi yang disampaikan kepada pengelola redaksi media massa untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Mengirim berita atau *release* kepada media merupakan salah satu bentuk aktivitas untuk membangun hubungan dengan media. Berita yang dikirim ke media haruslah berita yang jujur, dan memiliki nilai berita. Dalam pembuatan *press release*, organisasi tersebut memperhatikan unsur 5W+1H dalam pemberitaan dan pihak dari organisasi sudah mengenal cukup banyak kalangan dari rekan pers cetak maupun elektronik sehingga penyampaian *release* langsung ke tangan redaksi surat kabar, majalah atau media elektronik lainnya. Melalui pemberitaan dari organisasi tersebut

menjadi terkontrol dengan baik serta memperkecil kemungkinan dari pemberitaan bermuatan negatif.

b. Menyelenggarakan *media gathering*

*Media gathering* menurut organisasi merupakan salah satu kegiatan untuk menjalin hubungan yang baik antara Kantor Dinas Pariwisata dengan rekan media. Kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu dalam penyebarluasan informasi mengenai kegiatan Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara. Dalam hal ini, organisasi melaksanakan konferensi pers. Konferensi pers merupakan sebuah pertemuan para jurnalis yang sengaja berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal topik yang tengah hangat diperbincangkan (Jefkins 2002:135). Konferensi pers sering kali dilaksanakan sebelum mengadakan suatu *event* dan setelah *event* yang bertujuan untuk mempromosikan pariwisata. Tujuan konferensi pers menurut Soemirat dan Ardianto, dalam bukunya *Dasar-dasar public relations*, adalah :

1. Menyebarkan informasi positif kepada publik (masyarakat luas) tentang organisasi
2. Menetralisir atau membantah berita yang tidak benar atau negatif
3. Meningkatkan citra (*image*) yang dapat menunjang pemasaran suatu program baru
4. Membina hubungan secara langsung dengan pers.



Organisasi tersebut melakukan konferensi pers sebelum event dilaksanakan yaitu Toraja Marathon 2016. Hal yang dilakukan oleh pihak organisasi yaitu mengatur penjadwalan pada waktu yang sesuai untuk para jurnalis. Dengan maksud akhir minggu dihindari karena kebanyakan media hanya sedikit staff yang bekerja pada hari sabtu dan minggu. Memastikan daftar undangan konferensi pers telah disebar kepada rekan media, mempersiapkan jurubicara untuk organisasi dan mengecek media kit. Kegiatan hubungan media ini bertujuan agar masyarakat yang mendapatkan informasi melalui media akan ikut serta dan berpartisipasi dalam event tersebut.

c. Menyelenggarakan perjalanan pers

Organisasi ini melakukan perjalanan pers dengan mengundang rekan media untuk pergi bersama melakukan kunjungan obyek pariwisata baru yang akan dilakukan pembangunan di dalam obyek pariwisata tersebut. Keikutsertaan rekan media bertujuan memberikan informasi kepada khalayak lalu mempublikasikan sebagai hasil perjalanan bersama organisasi. Dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, *pers* merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi media massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

#### d. Menyelenggarakan *special event*

Salah satu wujud dari kegiatan hubungan media adalah dengan menyelenggarakan *special event*. *Special event* dapat menjadi salah satu cara agar PR dapat mengundang para rekan media. Pada *event* tersebut media dapat meliput acara yang sedang berlangsung, maka dari itu *special event* yang dilakukan harus dikemas dengan menarik dan memiliki nilai berita. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara menyelenggarakan *event* Toraja Marathon 2016 dimana mengundang banyak perhatian publik karena berupa *event* berskala internasional. Event tersebut memiliki dampak positif yaitu dapat menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, dikenal oleh dunia dan tentunya pemasaran pariwisata berjalan dengan cepat dan dapat dikenal oleh orang dari luar Toraja.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan KKL yang telah dilaksanakan penulis di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara, dari hasil pengamatan serta dari data yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa posisi PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara berada pada bidang pemasaran dimana kegiatan yang dilakukan seorang PR sekaligus merangkap dengan bidang pemasaran. PR dalam organisasi tersebut telah menjalankan aktivitasnya baik internal maupun eksternal. Pada internal, PR menjalin hubungan dengan karyawan dan investor sedangkan pada eksternal, PR telah menjalin hubungan dengan komunitas, pelanggan dan media. DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara memiliki banyak *event* sehingga organisasi tersebut membutuhkan publikasi demi kesuksesan *event* yang akan dilaksanakan. Oleh karena itu DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara melakukan aktivitas hubungan media agar terwujudnya hubungan yang baik dengan rekan media dan mendapatkan publisitas yang baik dari media.

Aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu memberikan *press release* kepada media melalui email sebelum menyelenggarakan sebuah *event*, mengadakan media *gathering* terkait dengan publikasi *event* yang akan dilaksanakan, melakukan konferensi pers, dan melakukan

perjalanan pers bersama rekan media ke suatu obyek pariwisata baru yang akan dijadikan obyek publikasi. PR telah menjalin kerjasama dengan berbagai media baik media lokal maupun media-media di Indonesia. Kegiatan yang dilakukan bidang pemasaran menggunakan media internet yaitu membuat *website* “torajautaratourism.com” dan “visittorajautara.com” untuk membantu memperkenalkan potensi pariwisata di Toraja Utara secara lebih luas. PR di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara telah menjalankan banyak aktivitas *media relations* namun tidak rutin dilakukan dalam setiap, hanya dalam *event* tertentu saja.

## **B. SARAN**

Saran dari peserta KKL mengenai aktivitas hubungan media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara sebagai berikut:

1. *Website* yang dimiliki oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara lebih di perhatikan lagi, karena konten *website* belum lengkap dengan informasi seputar pariwisata Toraja Utara. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara karena mengingat salah satu tempat pencarian informasi yang sering dilihat oleh pengunjung yaitu dengan membuka *website* organisasi. Apabila konten *website* tidak dilengkapi maka pengunjung sulit mengetahui informasi terkini. Selain itu, akan sulit untuk mengetahui profil dari organisasi.

2. Keaktifan pembuatan *press release* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja

Utara masih kurang aktif, penulis menyarankan agar bidang pemasaran lebih meningkatkan aktivitas hubungan media untuk menunjang publikasi *event* atau program organisasi sehingga rekan media dapat mengenal lebih dalam mengenai organisasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancha. (2016). "Berbasis Web, LPP-Toraja Komunitas Konsen Bidang Kepariwisata". <http://www.seputarmakassar.com/berbasis-web-lpp-toraja-komunitas-konsen-bidang-kepariwisataan.html> diakses pada 6 November 2016, pukul 20.00
- Baskin, Otis & Craig Aronoff & Dan Latimore. (1997). *Public Relations: The Profession and the Practice-4<sup>th</sup> ed.* New York: McGraw Hill
- Cutlip, Scott M., ET AL. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Glen, Denny Griswold. (1984). *Your Public Relations*. New York : Fark & Wangnalis Company.
- Iriantara Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan Dan Praktik*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Profil. (n. d). "*Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara*". [www.torajautaratourism.com](http://www.torajautaratourism.com) diakses 4 Agustus 2016, pukul 16.00
- Profil. (n. d). "*Profil Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara*". [www.torajautarakab.go.id](http://www.torajautarakab.go.id) diakses pada 4 Agustus 2016, pukul 16.00
- Seitel, P, Frase. (2001). *The Practice Public Relations*. New Jersey. Prentice Hall, Inc.


Soemirat dan Ardianto. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

UU KIP. (n. d). “ Undang-undang Republik Indonesia nomor 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Infomasi Publik.  
<http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56154/node/28065>  
diakses 11 Mei 2016, pukul 20.00

Wahab, Solichin Abdul. (2012). *Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara.

Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations : Surana Membangun Reputasi Organisasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Welem. (2015). “*Brand Image Toraja Utara Dalam Persepsi Wisatawan Nusantara Dan Wisatawan Mancanegara*”. <http://visittorajautara.info/wisata-toraja-utara/wisata-budaya/item/143-kesenian-traditional-toraja-utara> diakses pada 13 Mei 2016, pukul 22.00



# LAMPIRAN





**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**KARTU RENCANA STUDI**



Semester, TA : Gasal TA 2016/2017  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
NPM : 130905019  
Nama Mahasiswa : VIONA SETI MANTONG

Wakil Dekan 1

Dr. G. Arum Yudarwati

**DAFTAR MATA KULIAH**

NO	KODE	MATA KULIAH	SKS	KLS
1	MKB620	SKRIPSI/TUGAS AKHIR	6	A
2	MPB318	KKL	3	A
3	MPB215	KULIAH KERJA NYATA	2	A

TOTAL SKS : 11 SKS

serviens in lumine veritatis

# PEMERINTAH KABUPATEN TORAJA UTARA

## DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA

Jl. Ahmad Yani Nomor 62 A Telp/Fax ( 0423 ) 21277/25455 Rantepao  
sekretariatdisbudparutoraj@gmail.com

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 072/0862 /Disbudpar

Yang bertanda tangan dibawah ini :

- a. N a m a : Drs. Slamet Darmanto
- b. Jabatan : Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Kabupaten Toraja Utara,
- c. Alamat : Rantepao Kabupaten Toraja Utara

Dengan ini menerangkan bahwa :

- a. N a m a : Viona Seti Mantong
- b. Pekerjaan : Mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
- c. Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
- d. Prodi : Ilmu Komunikasi
- e. NIM : 130905019
- f. Alamat : Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta

Berdasarkan surat Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta Nomor : 719/D/KKL/16 tanggal 14 Juni 2016 perihal Permohonan KKL, maka pada kesempatan ini perlu disampaikan bahwa mahasiswa tersebut namanya diatas, sejak 13 Juli 2016 s/d 31 Agustus 2016 telah melakukan/melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dengan mengambil topik " Aktivitas Media Relation di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara Tahun 2016 " pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara Tahun.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Rantepao, 2 September 2016

KEPALA DINAS



Pangkat : Pembina Tk.I

Nip. 19640110 199003 1 012

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal : 13 Juli 2016 s.d 31 Agustus 2016

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/ Departemen	Uraian Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 13 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Pengenalan Divisi Pemasaran 2. Membaca dan memahami peraturan yang berlaku (Divisi Pemasaran)	<u>Devi</u>
2.	Kamis, 14 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Membersihkan arsip dokumen lama 2. Diskusi fokus penelitian sesuai divisi	<u>Devi</u>
3.	Jumat, 15 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. <i>Sharing</i> dan diskusi tentang kerjasama PR dan event	<u>Devi</u>
4.	Senin, 18 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mengantar surat per/tujuan divisi	<u>Devi</u>
5.	Selasa, 19 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mencari berita terkait Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara di media cetak maupun media elektronik	<u>Devi</u>
6.	Rabu, 20 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini	<u>Devi</u>

				2. Mendampingi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara dalam rangka persiapan HUT Toraja Utara yang ke-8	
7.	Kamis, 21 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengisi acara HUT Toraja Utara dengan tari-tarian	<u>Deviar</u>
8.	Jumat, 22 Juni 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mencari berita terkait Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara di media cetak maupun media elektronik	<u>Deviar</u>
9.	Senin, 25 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengantar surat per/tujuan divisi 2. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi	<u>Deviar</u>
10.	Selasa, 26 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mencari berita terkait Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara di media cetak maupun media elektronik 2. Mengantar surat per/tujuan divisi	<u>Deviar</u>
11.	Rabu, 27 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mendampingi divisi pemasaran bertemu dengan wartawan tribun	<u>Deviar</u>
12.	Kamis, 28 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mencari informasi pesta kematian (rambu solo) 2. Mengantar surat per/tujuan divisi	<u>Deviar</u>
13.	Jumat, 29 Juli 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh	<u>Deviar</u>

				informasi terkini 2. Menulis surat masuk dan surat keluar	
14.	Senin, 01 Agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mengumpulkan data event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara 2016	<i>Devi</i>
15.	Selasa, 02 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi divisi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara dalam mengikuti rapat yang diadakan oleh Swisscontact 2. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini	<i>Devi</i>
16.	Rabu, 03 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara dalam rangka menyambut walikota New Zealand beserta rombongan 2. Mengikuti <i>sharing</i> bersama walikota New Zealand beserta rombongan	<i>Devi</i>
17.	Kamis, 04 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Menjamu dan acara makan malam Pemerintah Kabupaten Toraja Utara bersama walikota New Zealand beserta rombongan)	<i>Devi</i>
18.	Jumat, 05 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengantar surat per/tujuan divisi 2. Mendampingi Divisi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	<i>Devi</i>

				Toraja Utara bertemu dengan wartawan majalah kareba	
19.	Senin, 08 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mengantar surat per/tujuan divisi	<u>Belinda</u>
20.	Selasa, 09 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mencari berita terkait Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara di media cetak maupun media elektronik 2. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini	<u>Belinda</u>
21.	Rabu, 10 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengantar surat per/tujuan divisi 2. Mencari berita terkait Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara di media cetak maupun media elektronik	<u>Belinda</u>
22.	Kamis, 11 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara dalam rangka konferensi pers terkait event Toraja Marathon 2016	<u>Belinda</u>
23.	Jumat, 12 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja utara dalam rangka persiapan event Toraja Marathon pada tanggal 13 agustus 2016	<u>Belinda</u>
24.	Senin, 15 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi divisi pemasaran bertemu dengan produser iklan teh javana	<u>Belinda</u>
25.	Selasa, 16 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengikuti pembuatan iklan teh javana dalam rangka mempromosikan pariwisata Toraja Utara	<u>Belinda</u>
26.	Rabu, 17 agustus 2016	09.00-18.00 WITA	Pemasaran	1. Upacara Bendera dalam rangka memperingati HUT Indonesia 2. Menjamu dan acara makan malam bersama	<u>Belinda</u>

				Bupati Toraja Utara di Rumah Jabatan	
27.	Kamis, 18 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk berkunjung ke tempat <i>event Toraja International Festival (TIF)</i> 2. Melakukan dokumentasi	<i>Deviat</i>
28.	Jumat, 19 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi Divisi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara bertemu dengan wartawan majalah MULO 2. Mengantar surat per/tujuan divisi	<i>Deviat</i>
29.	Senin, 22 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mempersiapkan keperluan yang akan digunakan dalam rangka pameran EXPO SUL-SEL 2016 (dekorasi, <i>souvenir</i> )	<i>Deviat</i>
30.	Selasa, 23 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengikuti perjalanan dinas pameran EXPO-SULSEL 2016 di Makassar	<i>Deviat</i>
31.	Rabu, 24 agustus 2016	10.00-16.00 WITA	Pemasaran	1. Membantu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara mendekorasi tempat pameran EXPO SUL-SEL 2016	<i>Deviat</i>
32.	Kamis, 25 agustus 2016	16.00-22.00 WITA	Pemasaran	1. Mengikuti pameran EXPO SUL-SEL 2016 dengan menggunakan pakaian adat Toraja 2. Membagikan <i>souvenir</i> kepada tamu yang datang berkunjung ke stand Toraja Utara	<i>Deviat</i>

33.	Jumat, 26 agustus 2016	16.00-22.00 WITA	Pemasaran	1. Mengikuti pameran EXPO SUL-SEL 2016 2. Membagikan <i>souvenir</i> kepada tamu yang datang berkunjung ke stand Toraja Utara 3. Melakukan dokumentasi kegiatan	<i>Delila</i>
34.	Senin, 29 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Menerima wisatawan yang datang di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja Utara untuk memperoleh informasi terkini 2. Mengumpulkan dokumentasi sebagai laporan perjalanan dinas	<i>Delila</i>
35.	Selasa, 30 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mendampingi divisi pemasaran untuk diskusi bersama pihak Telkomsel	<i>Delila</i>
36.	Rabu, 31 agustus 2016	07.30-16.00 WITA	Pemasaran	1. Mengantar surat per/tujuan divisi 2. Ucapan terima kasih kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Toraja utara 3. KKL selesai	<i>Delila</i>

Rantepao, 31 Agustus 2016



Drs. Innocentius Rantesapan, MM  
NIP : 19580515 199103 1 005

Kepala Bidang Pemasaran

*Delila*

Dra. Delila Supeno, M.AP  
NIP : 19621126 198903 2 008



**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI  
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**RAHASIA**

Dibuat rangkap 2 (dua):  
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan \*)  
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Viona Seti M

NIM : 130905019

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Disbudpar Torat

pada tanggal 13 Juli sampai dengan 31 Agustus 2016

dan diberikan penilaian sebagai berikut:

NO.	ASPEK PENILAIAN	NILAI **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat).	95
2.	KREATIVITAS (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL).	95
3.	KERJASAMA (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam: (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja institusi).	95
4.	KEHADIRAN (penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut): Sakit : ..... hari Ijin : ..... hari Alpa : ..... hari Total Hadir : ..... hari	100

**KESAN UMUM:**

Sangat baik dan aktif serta dapat bekerja sama  
dengan semua individu yang ada di Disbudpar Torat.

Rantepao, 31 Agustus 2016

Pembimbing di Lokasi KKL

DINAS KEBUDAYAAN  
DAN  
PARIWISATA  
TORAJA UTARA

(Dona Supeno)

\*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL.

\*\*) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

## DOKUMENTASI KEGIATAN BIDANG PEMASARAN



Gambar 1. Dokumentasi rapat bersama media Swiss Contact



Gambar 2. Dokumentasi bersama Tourist yang datang untuk memperoleh informasi seputar wisata Toraja Utara



Gambar 3. Dokumentasi bersama Tourist yang datang untuk memperoleh informasi seputar wisata Toraja Utara



Gambar 3. Dokumentasi bersama PR dan karyawan DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara pada jam istirahat.



Gambar 4. Dokumentasi penyambutan Walikota New Zealan di Toraja Utara

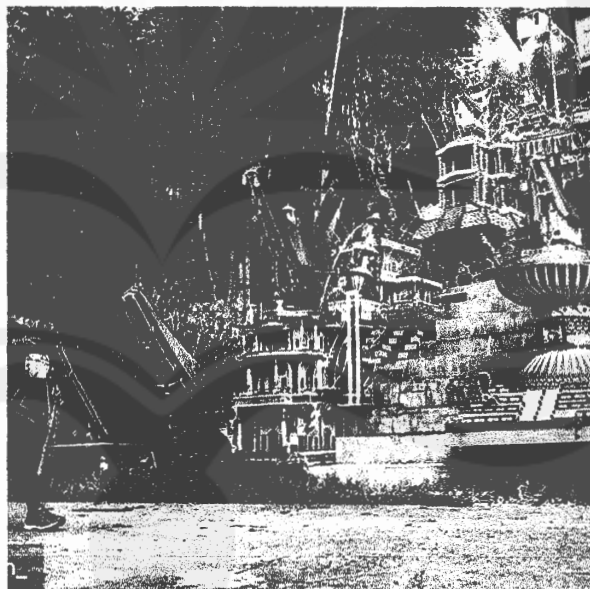


Gambar 5. Dokumentasi pertemuan pemerintah Kabupaten Toraja Utara dengan Walikota New Zealan

## DOKUMENTASI PAMERAN DAN EVENT



Gambar 1. Dokumentasi persiapan panitia *event* Toraja Marathon 2016



Gambar 2. Dokumentasi peserta lomba Toraja Marathon 2016 melewati salah satu objek wisata



Gambar 3. Dokumentasi juara Toraja Marathon 2016



Gambar 4. Dokumentasi publikasi oleh Kompas TV Makassar terkait event Toraja Marathon



Gambar 5. Dokumentasi Pembukaan pameran SULSEL EXPO 2016 oleh Gubernur SULSEL



Gambar 6 . Dokumentasi pameran Sul-Sel EXPO 2016 Kabupaten Toraja Utara

# DAFTAR MEDIA DISBUDPAR KABUPATEN TORAJA UTARA

Media	Telp	email
Kareba Toraya	08114603133	redaksi@karebatoraja.com
Tribun timur	+62411 811 5555	tribuntimur@yahoo.com
Tribunnews.com	021-5359525	redaksi@tribunnews.com
Palopopos.co.id	085 242 328179	djokondhokondho@yahoo.com
Fajar.co.id	081316287889	gerry@fajar.co.id
Info toraja.com	082 188 638 264	admin@infotoraja.com
Metro TV	085 717 174 424	henny@metrotvnews.com
Celebes TV	+624113681003	mconline168@gmail.com
Arnol TV	085 397 765 123	-
Toraja TV	085 396 311 007	-
MNC	(62-21) 4613545	mncholding@mncgroup.com
TV One	+6221 - 3900 885	publicrelations@tvone.co.id
Trans TV	021-79177000	public.relations@transtv.co.id
Vivanews.com	+62-21-4601 326	redaksi@viva.co.id
Kompas.com	62-21 5360678	redaksicm@kompas.com
rakyatsulsel.com	082 192 060 245	redaksi@rakyatsulsel.com
CNN Indonesia	(021) 7918 6565	redaksi@cnnindonesia.com marcomm@cnnindonesia.com
destinasi-indonesia.com	021-21201966	destinasiindonesia@gmail.com
Panorama Magazine	+6221 6320432	panorama.magz@gmail.com

(Sumber: Dok. Dinas Pariwisata,2016)



## RUNDOWN TORAJA MARATHON 13 Agustus 2016

TIME (WITA)	ACTIVITY
<b>VENUE : KOLAM MAKALE</b>	
05.00	All 23K and 42K Runners Warming Up
05.15	Ceremonial: - Sambutan Bupati Tana Toraja - Menyanyikan lagu Indonesia Raya
05.30	<b>42K START</b>
05.45	Peserta 23K bersiap di Start Line
06.00	<b>23K START</b>
06.10	Acara Kesenian Rakyat sekitar kolam Makale
06.30 – 12.30	Acara Kesenian & Penyambutan Pelari 42X & 23K di 7 kecamatan Tana Toraja – Toraja Utara
<b>VENUE : LAPANGAN BAKTI, RANTEPAO</b>	
05.30	All 5K and 10K Runners Warming Up
05.55	Ceremonial: - Sambutan Bupati Toraja Utara - Menyanyikan lagu Indonesia Raya - Tarian Pa'Rinding / Ma'Gellu
06.15	<b>10K START</b>
06.20	Peserta 5K bersiap di Start Line
06.30	<b>5K START</b>
06.35	Panitia menyiapkan Finish Line 5K
06.45	Pelari Pertama 5K masuk Finish Line
07.00	Pelari Pertama 10K masuk Finish Line
07.30	Pelari Pertama 23K masuk Finish Line COT 5K : Pelari 5K terakhir sampai <i>Acara Hiburan Dimulai</i>
08.30	COT 10K : Pelari 10K terakhir sampai
09.00	Pelari Pertama 42K masuk Finish Line
09.30	COT 23K : Pelari 23K terakhir sampai
10.30	Awarding Session: Penyerahan Hadiah kpd Pemenang: 5K, 10K, 23K dan 42K Pengalungan Medali kepada Finishers 5K, 10K dan 23K
12.00	Acara Hiburan Selesai, bazaar berlanjut
13.30	COT 42K : Pelari 42K terakhir sampai Pengalungan Medali dan penyerahan Jersey Finisher kepada Finishers 42K
14.00	Acara Selesai, Clean Up

## 12. PRESS RELEASE

### *Press Release 01*

### TORAJA MARATHON 2016

#### PRESS RELEASE

#### *“Run the Toraja’s Track”*

*Toraja Marathon akan diselenggarakan untuk pertama kalinya pada tanggal 13 Agustus 2016. Bagi masyarakat Toraja ini adalah event olah raga tahunan pertama yang akan memetakan Toraja di agenda olah raga lari di Indonesia dan suatu saat, dunia. Bagi kami pencita olah raga lari, **Toraja Marathon adalah tantangan.** Sudah lama kami melihat Toraja baik dari jauh maupun dekat. Ini tahun 2016, waktu saat tantangan berlari mengagungkan alam ciptaanNya yang berjudul Toraja menjadi pencapaian tersendiri.*

Toraja yang selama ini telah dikenal dunia sebagai daerah yang memiliki budaya dan adat istiadat yang sangat unik dan kaya, ternyata juga dibungkus oleh kekayaan dan keindahan alamnya yang sangat asri dan menakjubkan. Terlindung aman oleh barisan bukit, gunung dan bebatuan granit, alam Toraja memancarkan kemilau magis mulai dari lembahnya yang hijau, hamparan terasering sawah, sungai yang membelah perbukitan sampai pada perkebunan kopi rakyat yang tersebar luas ke penjuru perkampungan.

**Toraja Marathon** adalah panggilan bagi kami, pemuda pemudi Toraja, untuk menampilkan (kembali) Toraja bukan saja sebagai daerah wisata unggulan tapi juga sebagai daerah panutan Indonesia yang mampu mengapresiasi alamnya melalui kegiatan olah raga maupun kegiatan positif lainnya yang bersentuhan langsung dengan alam. Toraja yang memiliki potensi alam unggul didukung dengan lingkungan sosial yang kondusif, menjadikannya lokasi strategis untuk penyelenggaraan *event* olahraga lari berkelas, juga berpotensi untuk menjadi salah satu destinasi **Sport Tourism** terbaik di Indonesia.

Panitia Toraja Marathon bersama dengan **Exotica Toraja** sebagai *Event Organizer* dan **Running Explorer** sebagai *Race Organizer*, akan menyelenggarakan event ini di kabupaten **Tana Toraja dan Toraja Utara, Sulawesi Selatan** pada tanggal **13 Agustus 2016** dengan

target peserta 1,000 orang yang terdiri dari masyarakat umum, pelari nasional maupun pelari mancanegara. Kategori yang akan diperlombakan adalah 5K, 10K, half marathon (23K), dan full marathon (42K), dengan kombinasi jenis *road running* maupun *semi trail* melalui kota dan desa-desa penduduk asli Toraja. Penduduk akan menyambut dan memberi semangat para peserta lari dengan menampilkan kesenian musik maupun budaya unik dan khas setiap daerahnya masing-masing.

Pembukaan registrasi peserta telah dimulai pada tanggal 20 Maret 2016 secara online melalui website [www.torajamarathon.com](http://www.torajamarathon.com). Melalui website tersebut, peserta juga dapat merencanakan perjalanan ke Toraja dengan memilih paket perjalanan yang sudah disiapkan oleh penyelenggara acara sehingga perjalanan dan pengalaman ke Toraja menjadi lebih mudah dan lengkap.

Registrasi secara offline juga dapat dilakukan di Makassar dan Toraja dengan langsung datang ke salah satu tempat dibawah ini:

1. Kantor Tribun Timur, Jl. Cendrawasih No. 430. Makassar, Sulawesi Selatan.
2. Restoran Mambo, Jl. Dr. Ratulangi No. 34. Rantepao, Toraja Utara
3. Chimsky Café, Jl. Pongtiku, Rantepao, Toraja Utara

Narasumber yang hadir pada konferensi pers di FX Sudirman - Jakarta Pusat, Selasa 15 Maret 2016:

1. Bp. Markus Nari : Anggota DPR RI Komisi V Dapil Sulsel III (a.l Tana Toraja – Toraja Utara)
2. Bp. Edward Tanari: Pengurus PMTI (Perhimpunan Masyarakat Toraja Indonesia)
3. Bp. Sakti Parantean: Ketua Pelaksana Toraja Marathon 2016
4. Bp. Nefo Ginting: Running Explorer (Race Organizer)
5. Bp. Rico Pribadi: Komunitas pelari (Indo Runners, Run for Indonesia, Sembur)

Terima Kasih, *kurre sumanga!*

Salam Runners!

**Panitia Toraja Marathon 2016**

**Resume Laporan KKL mengenai Aktivitas Hubungan Media di Dinas  
Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara**

Penulis : Viona Seti Mantong

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

NPM : 130905019

Resume ini membahas mengenai laporan KKL yang penulis buat dengan judul aktivitas hubungan media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara. Di dalam resume ini, terdapat empat bab yang pertama, pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang sesuai dengan topik yang dipilih oleh penulis. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kabupaten Toraja Utara adalah organisasi yang selalu membutuhkan publikasi ke media massa untuk memberikan serta membentuk informasi, ajakan, mendidik, dan hiburan kepada masyarakat melalui program yang dibuat oleh dinas tersebut. Mengingat potensi yang begitu besar maka dapat dipastikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan publikasi ke media massa demi menarik para wisatawan baik lokal maupun interlokal untuk berkunjung ke Kabupaten Toraja Utara dan kemudian berekreasi ke tempat-tempat wisata serta acara kebudayaan lokal Kabupaten Toraja Utara. Hal tersebut jelas gencar dilakukan, karena kita tahu bahwa potensi-potensi wisata dan kebudayaan tersebut dapat menghasilkan rupiah yang menjanjikan dan merupakan sumber pendapatan utama Kabupaten Toraja Utara (<http://visittorajautara.info/wisata-toraja-utara/wisata-budaya/item/143-kesenian-traditional-toraja-utara>)

Adapun kerangka teori yang digunakan oleh penulis yaitu pertama, definisi *Public Relations* yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Cutlip, *Public Relations* merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya serta mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006, h. 5). *Public Relations* juga dikemukakan oleh (Baskin, 1997, h. 5) dalam buku *Public Relations The Profession and The Practice*, *Public Relations* merupakan salah satu fungsi dari manajemen yang membantu dalam membangun dan mempertahankan komunikasi yang baik. Diharapkan publik dapat menerima, memahami, dan bekerjasama dengan organisasi. Sedangkan menurut Menurut Glenn dan Denny Griswold (1948 : 4) dalam bukunya *Your Public Relations*, *Public relations* merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur (tata laksana) seseorang atau suatu organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik. Kedua, aktivitas *Public Relations* menurut (Cutlip, 2006). Aktivitas *Public Relations* terbagi menjadi dua yaitu internal yang ditujukan untuk publik internal organisasi seperti karyawan, manajer, supervisor, pemegang saham maupun dewan direksi organisasi sedangkan eksternal yang ditujukan dengan publik diluar organisasi seperti hubungan dengan komunitas, pelanggan, media, dan pemerintah.

Teori yang ketiga, publik dimana James Gruig mengidentifikasi publik ke dalam tiga kategori dalam (John Dewey, 1945) dalam bukunya *The Public and Its Problems* yaitu *Latent Public*, publik yang berada dalam kondisi tidak sadar

adanya masalah. Publik ini disebut juga sebagai publik pasif, *Aware Public*, publik yang mengetahui adanya masalah, sadar bahwa ada sesuatu yang berbeda dan kemudian menjadi peduli terhadap masalah tersebut dan *Active Public*, publik yang aktif untuk melakukan sesuatu untuk menyelesaikan masalah yang ada. Selanjutnya teori hubungan media yang didalamnya menjelaskan definisi media, definisi hubungan media dan aktivitas hubungan media. Kata '*media*' berasal dari bahasa belanda yaitu *pers*, yang dalam bahasa inggris disebut dengan *press* yang berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak.

Dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, pers merupakan lembaga sosial dan wahana komunikasi media massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Wardhani, 2008, h. 21). Adapun fungsi media secara universal yaitu, untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Menurut Sam Black dan Melvin L. Sharpe dalam Wardhani, 2008, h. 9) hubungan media adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, radio, dan televisi secara dua arah. Sedangkan menurut (Frank Jefkins dalam Wardhani, 2008, h. 28) : "Hubungan media merupakan usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan."

Menurut (Wardhani, 2008) dalam bukunya *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, aktivitas hubungan media berupa pengiriman siaran pers berupa *press release* yang dikirim ke media, menyelenggarakan *media gathering* dengan mengundang media untuk menghadiri konferensi pers, menyelenggarakan perjalanan pers untuk mengajak wartawan mengunjungi suatu daerah untuk suatu acara, menyelenggarakan *special event* yang berbeda dari kegiatan sebelumnya, menyelenggarakan wawancara khusus dan menjadi narasumber media sebagai wujud kepedulian organisasi ke media.

Pada bab kedua, membahas mengenai deskripsi objek KKL berupa gambaran umum Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara. Kabupaten Toraja Utara merupakan kabupaten baru yang dibentuk sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Tana Toraja berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008.

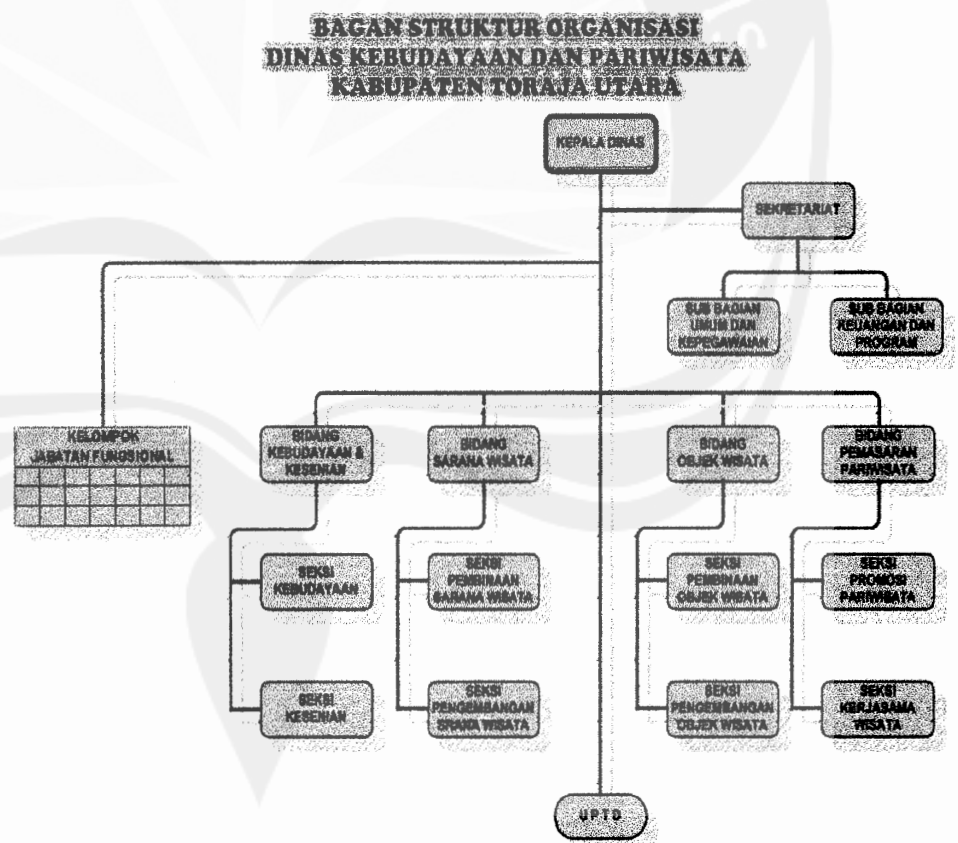


*Sumber : Profile pemerintahan Kabupaten Toraja Utara*

DISBUDPAR Toraja Utara berlokasi di jalan Ahmad Yani no. 62 A Rantepao, Kabupaten Toraja Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Adapun visi dan misi Kepariwisata Kabupaten Toraja Utara yaitu visi : terwujudnya daerah wisata budaya dengan kreatifitas pengelolaan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Misi kepariwisataan Kabupaten Toraja Utara yaitu meningkatkan

pelestarian dan pengembangan kebudayaan yang berlandaskan nilai luhur, mendukung pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata yang berdaya saing global, meningkatkan pengembangan sumber daya kebudayaan dan pariwisata, menciptakan ketatalaksanaan yang bersih dan akuntabel serta layanan publik yang ramah dan meningkatkan pembinaan dan kerjasama pengembangan seni budaya dan kerajinan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 49 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi Kerja Dinas Daerah Kabupaten Toraja Utara, struktur organisasi, Peraturan Bupati Nomor 82 tahun 2010.





Potensi obyek dan daya tarik wisata pada Kabupaten Toraja Utara terdiri dari wisata alam, budaya, kuliner, buatan dan kesenian tradisional. Pada bab ketiga, berisi hasil pelaksanaan dan analisis KKL. Peserta telah melaksanakan kegiatan KKL selama 36 hari yaitu mulai pada 13 Juli 2016 dan berlangsung sampai tanggal 31 Agustus 2016 di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Kegiatan KKL dilaksanakan setiap hari senin sampai hari jumat karena telah diberlakukan di Toraja Utara pegawai Instansi pemerintah bekerja selama 5 hari dalam seminggu. Jam kerja peserta yaitu pada hari senin sampai jumat mulai pukul 07.30 dan pulang pada pukul 16.00.

Dalam melaksanakan KKL, peserta melakukan wawancara bersama PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. *Public Relations* menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat dan media melalui proses komunikasi timbal balik sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya sikap saling pengertian, kepercayaan dan citra yang baik dengan masyarakat maupun media. Pada DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, posisi PR berada pada bidang pemasaran pariwisata dimana kegiatan yang dilakukan seorang PR sekaligus merangkap dengan bidang pemasaran. Hal ini dapat dilihat melalui peran dan fungsi bidang pemasaran. Sehingga bagi humas DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, *public relations* juga merupakan fungsi yang penting dalam membantu pemasaran dimana harus memiliki kemampuan untuk meyakinkan para wisatawan, melakukan kerjasama untuk negosiasi sehingga terjalinnya hubungan saling pengertian yang positif.

Aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara dibagi menjadi dua bagian yaitu aktivitas internal dan aktivitas eksternal. Aktivitas Internal berupa hubungan dengan karyawan. DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara memiliki total karyawan sebanyak 82 orang yaitu PNS sebanyak 24 orang dan honor sebanyak 58 orang. Program-program yang dilakukan oleh *Public Relations* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu *General Staff Meeting* yang merupakan kegiatan rapat untuk seluruh karyawan tiap bulannya. Dalam kegiatan ini akan dibahas mengenai informasi-informasi terbaru yang akan disebarkan kepada seluruh karyawan dari tiap bidang. *Employee Family Gathering*, kegiatan yang dilakukan 1 tahun sekali. Pada kegiatan ini, diadakan sharing bersama antara kepala dinas dengan karyawan serta diselingi sedikit games untuk menumbuhkan kerjasama antara karyawan. *Employee Birthday Party*, kegiatan ini diadakan setiap bulannya yang ditujukan kepada para karyawan yang berulang tahun dimana tiap-tiap bidang berkumpul untuk memberikan *surprise*.

Dalam hubungan dengan investor, selain Pemerintah Daerah (PEMDA), ada beberapa investor yang terlibat terkait dengan pariwisata di kawasan objek wisata Toraja Utara di antaranya Yayasan Kete'Kesu, Marimbuan, Buntu Remen, Sangpetayanan, Pala'toke. To'barana, Palawa, Bori'Kalimbuang, Ne'Gendeng, PT. Toarco Jaya, PT Christina Explo Mining, PT Novienindo Multi Resoueces, dan PT Makale Toraja Mining. PR melakukan *investor gathering* yang dilakukan setiap tiga bulan sekali untuk berdiskusi dengan para investor yang telah bekerjasama dengan DISBDUPAR Kabupaten Toraja Utara. Adapun kegiatan

eksternal yang dilakukan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu membina hubungan dengan komunitas Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPP-Toraja). Selain itu, PR membina hubungan dengan pelanggan dimana membuka layanan pelanggan berupa kotak saran. Dalam kaitannya dengan hubungan media, PR melakukan kegiatan perjalanan pers, *media gathering*, *press release*, dan *special event*.

Pada bagian ketiga, menjelaskan mengenai publik. Menurut DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, publik merupakan sekelompok orang dari pihak-pihak di dalam (internal) maupun di luar (eksternal), yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi. Publik yang menjadi sasaran utama dari aktivitas *public relations* adalah media dan pengunjung. Menurut Bapak Drs. Innosentius Rantesapan, MM selaku kepala DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara bahwa Dinas Pariwisata menganggap hubungan media adalah alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aktivitas organisasi melalui publikasi dan diharapkan pesan atau dapat diterima dengan baik oleh khalayak luas.

Dinas pariwisata menggunakan media *website* [torajautaratourism.com](http://torajautaratourism.com) dan [visittorajautara.com](http://visittorajautara.com) untuk memudahkan akses komunikasi dengan publik, menggunakan media televisi lokal seperti TORAJA TV, dan ARNOL TV untuk mengadakan siaran serta menggunakan koran-koran seperti [tribuntoraja.com](http://tribuntoraja.com), Swisscontact, Tribun Timur, kareba Toraja untuk melakukan liputan berita. Sering kali Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara telah melakukan komunikasi dengan media mengenai potensi kepariwisataan Kabupaten Toraja

Utara dengan jalan menjadikan liputan yang dilakukan oleh media-media di seluruh Indonesia. Seperti Fajar TV (Makassar), Metro TV, TV One, Trans 7 yaitu dalam segmen acara Si Bolang, dan jejak petualang, Trans TV dalam acara etnik Runaway dan *My Trip My Adventure*.

Aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara yaitu pengiriman siaran pers berupa *press release* lalu dikirim sesuai dengan karakter media melalui email. Kegiatan ini tidak rutin dilakukan oleh *Public Relations*, hanya dilakukan ketika menyelenggarakan *event* besar seperti Toraja Marathon 2016. Kedua, menyelenggarakan *media gathering* berupa konferensi pers namun tidak rutin dilakukan. Ketiga, melakukan perjalanan pers bersama rekan media pada wisata negeri di atas awan yang berlokasi di Lolai, Toraja Utara. Keempat, menyelenggarakan *special event* bersifat olahraga yaitu Toraja Marathon 2016 diselenggarakan untuk pertama kali pada bulan Agustus 2016. DISBUDPAR bekerjasama dengan Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara untuk menyukseskan *event* tersebut. Toraja Marathon 2016 adalah event sport-tourism berskala internasional yang pertama dilaksanakan di Toraja. Toraja sudah lama terdengar akan keindahan alam dan keunikan budayanya. Kini saatnya Toraja mampu kembali menjadi salah satu andalan destinasi pariwisata nasional, apalagi dengan terciptanya tujuan-tujuan pariwisata baru termasuk di dalamnya Destination-Tourism seperti lari, sepeda gunung, arung jeram, dan paralayang.

Kaitan *event* Toraja Marathon 2016 dengan hubungan media mengundang media untuk melakukan publikasi, menambah kontak media yang belum dimiliki

oleh *Public Relations* DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara. Ketika media datang meliput khalayak yang mengikuti perlombaan tersebut maka secara tidak langsung DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menunjukkan potensi wisata alam yang terdapat di Toraja Utara. Sehingga, dapat dipublikasikan oleh rekan media dan jumlah pengunjung menjadi bertambah.

Keterlibatan peserta selama melaksanakan kegiatan KKL dalam aktivitas hubungan media yaitu menghubungi beberapa rekan media untuk menghadiri *media gathering*, membantu dalam persiapan konferensi pers, dan membantu menyelenggarakan *special event* yaitu Toraja Marathon 2016. Selain itu, peserta KKL juga terlibat dalam aktivitas lainnya seperti melakukan dokumentasi pada *event* yang diikuti oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, dan mengisi acara dalam bentuk tarian tradisional Toraja.

Setelah selesai melaksanakan kegiatan KKL, peserta melakukan analisis menggunakan kerangka teori pada bab satu. Menurut Cutlip, *Public Relations* (PR) merupakan suatu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya serta mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006, h. 5). Sedangkan yang dipahami oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, bahwa praktisi PR berusaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat dan media melalui proses komunikasi timbal balik sehingga dapat menguntungkan semua pihak. Hubungan harmonis ini timbul dari adanya sikap saling pengertian, kepercayaan dan citra yang baik dengan masyarakat maupun media. Dari teori yang telah dipaparkan, terlihat ada sedikit

perbedaan namun memiliki makna yang sama, yaitu PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menjalankan perannya dalam menjalin relasi dengan publik perusahaan baik itu media maupun pelanggan. PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara diberi tanggung jawab dalam kegiatan internal dan eksternal.

Dalam kegiatan internal organisasi, PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara menjalin hubungan dengan karyawan dan investor sedangkan kegiatan eksternal, menjalin hubungan dengan komunitas Lingkar Pena Pariwisata Toraja (LPPT), hubungan dengan pelanggan dengan membuka layanan pelanggan, dan menjalin hubungan dengan media melalui kegiatan perjalanan pers, *media gathering*, *press release*, dan *special event*. Menurut PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara, publik merupakan sekelompok orang dari pihak-pihak di dalam (internal) maupun di luar (eksternal), yang berkepentingan dan mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan organisasi. Publik yang menjadi sasaran utama dari aktivitas *public relations* adalah media dan pengunjung.

Berkaitan dengan aktivitas media, menurut organisasi tersebut media sebagai sarana untuk memudahkan akses komunikasi dengan publik dan berguna untuk memenuhi tuntutan persaingan dalam mengikuti perkembangan teknologi sekarang ini. Media memiliki kebutuhan akan kabar baru yang bernilai berita tinggi, sehingga sangat diperlukan dalam pemasaran kebudayaan dan obyek wisata Toraja Utara. Hal ini sesuai dengan definisi media menurut para ahli yaitu media dengan jangkauan yang dimilikinya dapat menyebarluaskan suatu berita atau pun informasi. Kecanggihan teknologi saat ini, membuat media dapat menerobos ruang dan waktu dalam penyebarannya (Nurudin, 2008, h. 51).

Hubungan media menurut organisasi ini adalah sesuatu yang sangat penting dan memiliki peran besar dalam sebuah event. Selain itu media membutuhkan berita sedangkan organisasi memerlukan sarana untuk menyampaikan informasi. Sebuah hubungan yang saling kebergantungan satu dengan lain.

PR dalam hubungan media tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Keduanya saling membutuhkan, membentuk sinergi yang positif. PR menjadi sumber berita bagi media sedangkan media menjadi sarana publisitas bagi PR organisasi. Hubungan yang terjalin berlandaskan kepada prinsip-prinsip keterbukaan, serta saling menghargai peran satu sama lainnya dan saling mendukung. Aktivitas hubungan media yang dilakukan oleh PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara berdasarkan kerangka teori pada bab satu, PR telah melaksanakan kegiatan pengiriman siaran pers berupa *press release*, menyelenggarakan *media gathering* berupa konferensi pers, menyelenggarakan perjalanan pers bersama rekan media dengan mengunjungi wisata baru negeri di atas awan yang berlokasi di Lolai dan menyelenggarakan *special event* berupa Toraja Marathon 2016.

Berdasarkan kegiatan KKL yang telah dilaksanakan penulis di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara, dari hasil pengamatan serta dari data yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa posisi PR DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara berada pada bidang pemasaran dimana kegiatan yang dilakukan seorang PR sekaligus merangkap dengan bidang pemasaran. DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara memiliki banyak *event* sehingga organisasi tersebut membutuhkan publikasi demi kesuksesan *event* yang akan dilaksanakan.

Oleh karena itu DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara melakukan aktivitas hubungan media agar terwujudnya hubungan yang baik dengan rekan media dan mendapatkan publisitas yang baik dari media. PR di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara telah menjalankan banyak aktivitas hubungan media namun tidak rutin dilakukan dalam setiap, hanya dalam *event* tertentu saja.

Saran dari peserta KKL mengenai aktivitas hubungan media di Dinas Pariwisata Kabupaten Toraja Utara yaitu pertama, *website* yang dimiliki oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara lebih di perhatikan lagi, karena konten *website* belum lengkap dengan informasi seputar pariwisata Toraja Utara. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara karena mengingat salah satu tempat pencarian informasi yang sering dilihat oleh pengunjung yaitu dengan membuka *website* organisasi. Apabila konten *website* tidak dilengkapi maka pengunjung sulit mengetahui informasi terkini. Selain itu, akan sulit untuk mengetahui profil dari organisasi. Kedua, keaktifan pembuatan *press release* di DISBUDPAR Kabupaten Toraja Utara masih kurang aktif, penulis menyarankan agar bidang pemasaran lebih meningkatkan aktivitas *media relations* untuk menunjang publikasi *event* atau program organisasi sehingga rekan media dapat mengenal lebih dalam mengenai organisasi tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ancha. (2016). "Berbasis Web, LPP-Toraja Komunitas Konsen Bidang Kepariwisata". <http://www.seputarmakassar.com/berbasis-web-lpp-toraja-komunitas-konsen-bidang-kepariwisataan.html> diakses pada 6 November 2016, pukul 20.00
- Baskin, Otis & Craig Aronoff & Dan Latimore. (1997). *Public Relations: The Profession and the Practice-4<sup>th</sup> ed.* New York: McGraw Hill
- Cutlip, Scott M., ET AL. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana.
- Glen, Denny Griswold. (1984). *Your Public Relations*. New York : Fark & Wangnalis Company.
- Iriantara Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan Dan Praktik*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Nurudin. (2008). *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Profil. (n. d). "*Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara*". [www.torajautaratourism.com](http://www.torajautaratourism.com) diakses 4 Agustus 2016, pukul 16.00
- Profil. (n. d). "*Profil Pemerintahan Kabupaten Toraja Utara*". [www.torajautarakab.go.id](http://www.torajautarakab.go.id) diakses pada 4 Agustus 2016, pukul 16.00
- Seitel, P, Frase. (2001). *The Practice Public Relations*. New Jersey. Prentice Hall, Inc.
- Soemirat dan Ardianto. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- UU KIP. (n. d). " Undang-undang Republik Indonesia nomor 14 tahun 2008 Tentang Keterbukaan Infomasi Publik.

<http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56154/node/28065>  
diakses 11 Mei 2016, pukul 20.00

Wahab, Solichin Abdul. (2012). *Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Penyusunan Model-Model Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara.

Wardhani, Diah. (2008). *Media Relations : Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Welem. (2015). “*Brand Image Toraja Utara Dalam Persepsi Wisatawan Nusantara Dan Wisatawan Mancanegara*”.

<http://visittorajautara.info/wisata-toraja-utara/wisata-budaya/item/143-kesenian-traditional-toraja-utara>\_diakses pada 13 Mei 2016, pukul 22.00